

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA
“MI TIERRA” EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA

AYDA MARIA SAAVEDRA ASPRILLA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA

2016

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA “MI
TIERRA” EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA

AYDA MARIA SAAVEDRA ASPRILLA

Proyecto de Grado para optar al título
Profesional en Gestión Empresarial

Director

CESAR MANUEL PORTACIO SERPA

MBA Administración de Empresas y Dirección y Evaluación de Proyectos.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA

2016

A mi Señor Jesús por la vida, fortaleza, guía, cuidado cada día.

A mis padres por infundir en mí el deseo de estudiar.

A mi esposo e hijos por su apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

A mi director de proyecto, Cesar M. Portacio por su colaboración y esfuerzo en brindar la asesoría para la consolidación de este proyecto

A cada uno de los profesores y colaboradores de la Universidad Industrial de Santander, que participaron de mi formación y fueron inculcando cada conocimiento a lo largo de estos años.

A mis compañeros por su amistad y ayuda en alguna necesidad.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	18
1. OBJETIVOS.....	19
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	19
1.1.1. Objetivos Específicos.....	19
2. PANORAMA DEL SECTOR.....	21
2.1. CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	26
2.2. ASPECTOS LEGALES.....	28
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	31
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	31
3.2. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.....	34
3.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	35
3.3.3. Ficha Técnica.....	36
3.4. OFERTA O COMPETENCIA.....	47
3.4.1 Necesidades de información para la oferta.....	48
3.4.2 Análisis de la situación actual de la competencia.....	49
3.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	50
3.6 CANALES DE COMERCIALIZACION.....	50
3.7 PRECIO.....	53
3.8 PUBLICIDAD Y PROMOCION.....	55

3.8.1	Objetivos	55
3.8.2	Logotipo.	56
3.8.3	Presupuesto de publicidad y promoción	58
3.8.3.1	De lanzamiento	58
3.8.3.2	De operación.....	59
4.	ESTUDIO TÉCNICO	60
4.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	60
4.1.1	Factores que determinan el tamaño del proyecto	60
4.2	LOCALIZACIÓN.....	63
4.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	66
4.3.1	Ficha técnica del servicio	66
4.3.2	Descripción técnica del proceso.	67
4.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	67
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	72
5.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	73
5.2	CULTURA ORGANIZACIONAL	73
5.2.1	Visión.	73
5.2.2	Misión.....	73
5.2.3	Políticas	74
5.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	75
5.3.1	Organigrama	75

6. ESTUDIO FINANCIERO.....	80
6.1. INVERSIONES	80
6.1.1 Inversión Fija.	82
6.1.1.1 Terreno.	82
6.1.1.6 Herramientas	85
6.1.2 Inversión diferida.....	86
6.1.3.1.1 Materias Primas	90
6.1.3.1.2 Mano obra directa	90
6.1.3.1.3 Costos indirectos fabricación	90
6.1.3.2 Gastos de administración y ventas	91
6.1.3.4 Total Capital de trabajo.....	91
6.2. COSTOS Y GASTOS.....	93
6.2.1. Costo y gasto total unitario.....	94
6.3. PRECIO DE VENTA	95
6.4. PROYECCIONES FINANCIERAS	95
6.4.1. Ingresos	95
6.4.2. Egresos.....	96
6.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS.....	96
6.5.2 Flujo de Caja Proyectado.....	96
6.5.3 Balance General inicial y proyectado	97
7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	98
7.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	98

7.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	99
7.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	3
7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	6
8. CONCLUSIONES	7
9. RECOMENDACIONES.....	8
BIBLIOGRAFÍA.....	9
ANEXOS	13

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Oferta educativa en música en escuelas y colegios	22
Tabla 2. Estimación de la demanda.....	46
Tabla 3. Proyección de la demanda.....	48
Tabla 4. Presupuesto de lanzamiento.....	59
Tabla 5. Presupuesto de medios en la operación	59
Tabla 6. Capacidad Instalada para la academia musical.....	63
Tabla 7. Capacidad utilizada y proyectada para la academia	63
Tabla 8. Criterios de microlocalización	65
Tabla 9. Asignación salarial por cargos	79
Tabla 10. Adecuaciones de construcción	83
Tabla 11. Maquinaria y equipo.....	84
Tabla 12. Muebles y enseres	84
Tabla 13. Equipos de oficina.....	84
Tabla 14. Herramientas	85
Tabla 15. Total inversión fija	85
Tabla 16. Inversión diferida.....	86
Tabla 17. Depreciación	86
Tabla 18. Materias primas	90
Tabla 19. Mano de obra directa	90
Tabla 20. Costos indirectos de fabricación	90

Tabla 21. Gastos de administración y ventas	91
Tabla 22. Capital de trabajo	92
Tabla 23. Inversión total.....	92
Tabla 24. Costos y gastos fijos	94
Tabla 25. Costos y gastos variables	94
Tabla 26. Costo y gasto total unitario.....	94
Tabla 27. Calculo del costo de venta	95
Tabla 28. Ingresos	95
Tabla 29. Egresos.....	96
Tabla 30. Estado de resultados	97
Tabla 31. Flujo de caja.....	96
Tabla 32. Balance general	97

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. DOFA subsector formación musical	23
Cuadro 2. Oferta de servicios de la academia musical	31
Cuadro 3. Oferta de instrumentos.....	32
Cuadro 4. Características del servicio	33
Cuadro 5. Ficha técnica de la investigación.....	37
Cuadro 6. Análisis de la competencia.....	49
Cuadro 7. Análisis de medios	59
Cuadro 8. Ficha Modelo Cursos de formación.....	66
Cuadro 9. Diagrama de operaciones de la academia musical	67
Cuadro 10. Personal requerido para la academia musical	69
Cuadro 11. Precios actuales de instrumentos musicales.....	71
Cuadro 12. Perfil del Cargo Director Administrativo.....	76
Cuadro 13. Perfil del cargo Coordinador Académico	77
Cuadro 14. Perfil del cargo Auxiliar Administrativo	77
Cuadro 15. Perfil del cargo Instructor I/Instructor II.....	78
Cuadro 16. Perfil del cargo Auxiliar de Servicios generales	78
Cuadro 17. Matriz de aspectos e impactos ambientales.....	3

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Interés del servicio de formación musical.....	38
Gráfico 2. Preferencia del Instrumento para la formación musical.....	39
Gráfico 3. Disponibilidad del instrumento para la formación musical.....	40
Gráfico 4. Preferencia del tipo de formación musical.....	41
Gráfico 5. Preferencia de tiempo para la formación musical.....	42
Gráfico 6. Preferencia en el horario para la formación musical.....	43
Gráfico 7. Disponibilidad de recursos económicos para la formación musical.....	44
Gráfico 8. Preferencia del medio de búsqueda para formación musical.....	45

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Canal directo de comercialización en la formación musical.....	51
Figura 2. Logotipo Academia Musical Mi Tierra	56
Figura 3. Macrolocalización para la academia	64
Figura 4. Distribución de planta de la academia musical	72
Figura 5. Organigrama de la academia musical.....	75
Figura 6. Componentes de la inversión fija	82
Figura 7. Simulación de flujos de caja	5

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA “MI TIERRA” EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA*

AUTORA: AYDA MARÍA SAAVEDRA ASPRILLA **

PALABRAS CLAVES: academia, música, instrumentos, formación, curso, servicio.

CONTENIDO:

La creación de centros educativos en Colombia ha evidenciado, en primera instancia, la formación de bandas escuelas musicales enfocadas al afianzamiento de ritmos regionales, iniciativas que han sido apoyadas en cierta manera por instituciones gubernamentales, y el desarrollo de programas como el Plan Nacional de Música para la Convivencia [PNMC].

Es importante considerar que la formación musical en el país ha dejado de ser relevante dentro de los planes académicos de instituciones públicas, migrando hacia el sector privado, en el cual se ha fortalecido, en especial, en grados de básica primaria de instituciones educativas.

Barrancabermeja es una ciudad multicultural, en la cual predominan ritmos musicales como el vallenato, corridos prohibidos, y música con tamboras, principalmente, en el cual existen algunos grupos musicales o bandas, las cuales reclutan jóvenes para ofrecerles la posibilidad de aprender instrumentos musicales.

El proyecto “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA MUSICAL MI TIERRA EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA” se configura como una excelente opción de emprendimiento por las condiciones y contexto geográfico de la ciudad en la cual se implementaría (Barrancabermeja, Santander).

Se define entonces el proyecto, a partir de cada uno de los estudios que se llevaron a cabo, para determinar la viabilidad o no de la ejecución de esta idea de negocio. Los estudios desarrollados, incluyeron: estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, y estudio financiero.

Al final se ofrece una conclusión acerca de la factibilidad del proyecto, detallando por medio de análisis numérico y de otro tipo las condiciones en las que se fundamenta tal decisión.

* Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director Cesar Manuel Portacio Serpa.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN ACADEMY OF MUSIC "MY LAND" IN BARRANCABERMEJA*

AUTHOR: MARIA SAAVEDRA ASPRILLA AYDA**

KEYWORDS: academia, music, instruments, training, course, service.

CONTENT:

The creation of educational centers in Colombia has shown, firstly, banding music schools focused on strengthening regional rhythms, initiatives that have been supported in some way by government institutions, and the development of programs such as the National Music Plan for Coexistence [PNMC].

It is important to consider that the musical education in the country has ceased to be relevant within the academic plans of public institutions migrating to the private sector, which has been strengthened, especially in elementary grades of primary schools.

Barrancabermeja is a multicultural city, which dominated musical rhythms like vallenato, prohibited corridos and music with drums, mainly, in which some music bands or bands, which recruit young people to offer them the opportunity to learn musical instruments there.

The "FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A MUSICAL ACADEMY MY LAND IN BARRANCABERMEJA" project is configured as an excellent choice for entrepreneurial conditions and geographical context of the city which would be implemented (Barrancabermeja, Santander).

The project is then defined, from each of the studies were conducted to determine the feasibility or otherwise of the implementation of this business idea. Developed studies included: study of markets, technical study, administrative study and financial study.

At the end a conclusion about the feasibility of the project, detailing through numerical analysis and other conditions in which such a decision is based is provided.

* Degree Work

** Institute of Regional and Projection Distance Education IPRED. Bussines Management. Director Cesar Manuel Portacio Serpa

INTRODUCCIÓN

El aprendizaje musical se ha posicionado como una de las mejores opciones para complementar las acciones académicas y contribuir al desarrollo personal de las personas que la practican.

Barrancabermeja es una ciudad, en la cual la música tiene un lugar especial y arraigo dentro de los valores y tradiciones presentes en su comunidad. Esto ha motivado la conformación de bandas u orquestas, en diferentes ritmos (predominantemente, el vallenato) y se han establecido algunos centros o academias musicales. Sin embargo, no existen muchas alternativas (o son casi nulas) para el acceso a la formación musical de personas jóvenes y adultos (no en edad infantil), quienes ven resignada la posibilidad de aprender la ejecución de algún instrumento musical, porque no existe un lugar o centro que ofrezca tal posibilidad.

El proyecto “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA MUSICAL MI TIERRA EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA” se propone como respuesta al contexto mencionado anteriormente, en el cual se busca cuantificar la demanda y demás aspectos que harían viable el proyecto de creación de esta academia.

Para ello se realizó, estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero. Al final de este documento se contemplan las evaluaciones, social, ambiental, y financiera que permiten determinar la viabilidad del proyecto.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercados que evalúe las características más importantes en cuanto a producto, precio, plaza y promoción, relacionados con el montaje de una academia musical, y que considere los aspectos político-legales, tecnológicos, medioambientales, y de distribución que pueden afectar su puesta en marcha, a fin de determinar su viabilidad como proyecto.

1.1.1. Objetivos Específicos

- Definir los elementos clave que conformarán cada uno de los servicios de enseñanza musical, mediante la identificación de las características más importantes que buscan las personas interesadas en recibir esta formación, a fin de ofrecer diferentes opciones que resulten atractivas para los clientes.
- Definir el mercado objetivo para la academia musical tomando como base una porción específica del mercado potencial, de modo que se pueda orientar el enfoque en cada tipo de servicio.
- Cuantificar la demanda de servicios de enseñanza musical en Barrancabermeja, mediante técnicas de muestreo, con el fin de proyectar la oferta para cada tipo de servicio.
- Identificar la oferta existente de instituciones o similares que ofrecen servicios de enseñanza musical, mediante investigación en fuentes primarias y secundarias, para determinar oportunidades en la definición de servicios.
- Identificar las formas de comercialización más apropiadas al tipo de servicios, analizando la conveniencia de cada una, con el propósito de consolidar la puesta en marcha de la academia musical.

- Efectuar un análisis de los precios que se manejan actualmente en el mercado, mediante un sondeo de costos por servicio, que permita una asignación competitiva de valores económicos por servicios.
- Definir las estrategias de publicidad y promoción, mediante identificación de las fuentes más importantes a la hora de indagar por servicios de formación musical, que permitan dar a conocer la academia en la población objetivo del proyecto.

2. PANORAMA DEL SECTOR

Como referencia de los procesos orientados a la creación de centros educativos en el ámbito musical (en Colombia), destaca el fenómeno de la formación de banda-escuela (orquestas musicales o grupos folclóricos) especializados en cierto género musical, propio de la región donde se encuentran este tipo de establecimientos.

Según (Valencia V. , 2011) el modelo de banda-escuela es fomentado desde inicios de los 90's por el Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura), organismo que, con la asesoría de los pedagogos musicales Alejandro Mantilla y Oscar Alviar, comenzó a promover la creación de programas departamentales de bandas como entes asesores y de inversión en procesos de formación y dotación de las bandas. Esta estructura de gestión cimentó las bases del Programa Nacional de Bandas del Ministerio de Cultura en 1998 (Machado, 2007: 4) y del Plan Nacional de Música para la Convivencia [PNMC] que, desde el 2002, se ha focalizado en “la creación o fortalecimiento de escuelas de música de modalidad no formal en los municipios, en torno a los conjuntos de música popular tradicional y las prácticas de bandas, coros y orquestas” (Ministerio de Cultura, 2005:7).

Es así como se ha avanzado en un proceso de cobertura, en formación musical en Colombia, respondiendo al desarrollo de políticas culturales de estado prioritarias en sus planes de desarrollo, bajo la consigna de ir “hacia una ciudadanía democrática cultural” (Plan decenal de cultura 2001-2010).

Junto al aporte representativo causado por el PNMC, “se encuentra la labor de la Fundación Nacional de Orquestas Sinfónicas Juveniles e Infantiles Batuta, que lleva

22 años en la formación musical de niños y jóvenes y la integración con entidades de carácter académico, social y cultural, para la conformación del Sistema Nacional de Orquestas Sinfónicas Juveniles e Infantiles de Colombia”¹.

A día de hoy, se habla² de una población cercana a los 150 mil niños y jóvenes de todos los departamentos y de tres cuartas partes de los municipios del país, que están siendo atendidas bien sea por las escuelas municipales del Plan Nacional de Música o por los centros orquestales de Batuta. Además, según datos de Min Cultura³ existen en Colombia 928 escuelas de música (registradas), 63 de ellas en el Departamento de Santander, y tan solo 3 de este último grupo, están ubicadas en Barrancabermeja. La Tabla 1 muestra otras cifras de importancia al respecto.

Tabla 1. Oferta educativa en música en escuelas y colegios

DEPARTAMENTO DE SANTANDER	
Número de municipios	87
Número de habitantes	2.086.649
Número de escuelas no formales de música	12
Número de colegios cuyo plan de estudios hace énfasis en formación musical	1
Número de instituciones universitarias con programas de música	2
• Publicas	1
• Privadas	1

Fuente: Plan Nacional de Música para la Convivencia

¹ EL COLOMBIANO. Diez años del Plan Nacional de Música para la Convivencia. Colprensa | Publicado el 17 de diciembre de 2013. Disponible en: http://www.elcolombiano.com/diez_anos_del_plan_nacional_de_musica_para_la_convivencia-PAEC_274478

² Ibíd.

³ MINCULTURA. Módulo de Registro y Caracterización. Escuelas y Procesos de formación musical. Consultado el 10 julio de 2015. Disponible en: <http://www.sinic.gov.co/EscuelasMusica/consulta.aspx>

Un análisis global del sector formación musical (considerando las investigaciones desarrolladas en este proyecto de factibilidad y otras fuentes secundarias), muestra los siguientes aspectos a considerar:

Cuadro 1. DOFA subsector formación musical

FORTALEZAS	DEBILIDADES⁴
<ul style="list-style-type: none"> • Gran diversidad de expresiones musicales en todas las regiones del país • Apoyo del estado para la formación de bandas-escuelas bajo el PNMC • Buena percepción general acerca de la formación musical como alternativa complementaria en los procesos de aprendizaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Fragilidad institucional y organización gremial • Falta de planeación y proyección en políticas de desarrollo social • Falta de gestión y financiamiento para la sostenibilidad de proyectos • Escasa inversión privada • Bajo nivel en la calidad de vida para músicos profesionales • El mercado objetivo es casi excluyente, niños y jóvenes únicamente • Pocas posibilidades de acceso a la formación musical, en el ámbito formal (durante la formación en colegios, o en programas universitarios) • Poca diversificación profesional en torno a la música • Bajo nivel de investigación en el sector
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La globalización permite el acceso a música de diversos orígenes que puede favorecer el bagaje imaginario y aportar nuevos referentes para la creación y expresión artística • Alianzas con centro de educación formal para la formación musical 	<ul style="list-style-type: none"> • La globalización puede generar patrones rígidos que limiten o reduzcan significativamente las expresiones y gustos musicales • El cambio de divisa (USD) provoca aumento en los insumos (instrumentos) necesarios para la enseñanza musical

La tendencia de este sector en Colombia, Según Restrepo⁵, considera que en los últimos veinte años se han creado más de una docena de programas de estudios musicales adscritos a instituciones universitarias, que harían suponer un

⁴ Plan Nacional de Música para la Convivencia

⁵ RESTREPO, Juan Luis. Educación musical en Colombia: ¿pirámide invertida?. Nuevas Tendencias. 2004. Revista Semana. Disponible en: <http://www.semana.com/especiales/articulo/educacion-musical-colombia-piramide-invertida/67839-3>.

crecimiento acelerado de la demanda de profesionales de la música, un auge de la profesión. Las razones del fenómeno pueden ser otras, sin embargo, y sus consecuencias para las próximas décadas merecen estudio más detallado.

Por una parte, es claro que la aparición de programas universitarios como los de las universidades Javeriana y de los Andes en los años 80, dinamizaron el medio musical local, en especial en el área de la creación, estimulando la práctica académica de la composición y el estudio de la teoría musical, de manera complementaria al énfasis en la interpretación instrumental de los conservatorios existentes. También han estimulado la aproximación a las posibilidades tecnológicas recientes en el área de programas de notación y edición musical, de grabaciones y de creación a partir de medios electrónicos, ofreciendo posibilidades de trabajo en la música publicitaria y comercial, que creció de manera importante - a la par con los capitales locales- a finales de la década de los 80 y en la primera mitad de los 90.

Este crecimiento abrió espacio para la producción fonográfica de buena calidad de música popular urbana de diversos géneros (salsa, pop, rock, jazz, tropical, vallenato), favoreciendo su expansión nacional y, de manera más reciente, internacional, al integrarse productores colombianos en los circuitos norteamericanos del mercado musical. Puede encontrarse en este crecimiento uno de los principales factores de estímulo para que los jóvenes se hayan motivado a ingresar a programas de estudios musicales, y para que sus padres hayan comenzado a considerar esta como una opción de vida aceptable para sus hijos, respaldada por el status de un título universitario.

A la vez, esta demanda motiva la aparición de nuevos programas generados por instituciones universitarias, que buscan inicialmente cubrir las plazas que no pueden ser cubiertas por los programas existentes, pero que se especializan progresivamente, de acuerdo con la orientación y las fortalezas particulares de sus docentes vinculados, más que en función de la vocación propia de la institución. En este sentido, es interesante ver cómo algunos de los programas recientes que presentan resultados musicales más notorios han sido respaldados por centros universitarios especializados en medicina y finanzas.

Contrario a este crecimiento, existen factores que presentan una tendencia diferente. En todos los casos la formación profesional ha debido ser complementada por los graduados, realizando estudios y prácticas en el exterior, los Estados Unidos, países europeos y en menor medida países como Argentina, México y Cuba. El fenómeno tuvo escasos estímulos de estudio, si lo comparamos con el agresivo programa de becas realizado por Venezuela en la misma época. Sin embargo, la existencia de estos nuevos programas motivó en muchos casos el retorno de quienes se especializaron afuera, para actuar como fuerza docente de los programas nacientes y los establecidos. En esa misma medida, la enseñanza instrumental en el ámbito académico y su práctica profesional en las orquestas y bandas han seguido incorporando de todas formas instrumentistas extranjeros, principalmente provenientes de Norteamérica, Cuba y países de Europa oriental, quienes integran la planta de las instituciones musicales públicas y privadas. Todo esto sugiere que la expansión de la educación superior en música no ha logrado aún satisfacer algunas necesidades de formación. Por otra parte, el ámbito (o mercado) de la práctica orquestal, en cuanto que es subvencionado por el Estado, ha tenido una tendencia contraria a la expansión de los programas de formación musical, lo que ha generado un crecimiento gradual -cuantitativo y cualitativo- de las orquestas y bandas universitarias y juveniles.

La enseñanza de las artes en los establecimientos de educación pública básica y media se ha reducido dramáticamente, de manera acorde con la política nacional que prioriza el cubrimiento y el afianzamiento de competencias consideradas básicas. Esto representa una tendencia negativa, tanto en las posibilidades de mercado de trabajo docente para el número creciente de egresados, como también en el mejoramiento del nivel básico de formación, sensibilización e instrucción musical de la población infantil y juvenil. Se ofrecen entonces, para esta población, programas de educación no formal e informal, estatales y privados, siendo estos últimos abundantes de muy diferentes niveles de calidad y rigor. No existe pues un espacio consolidado de educación formal en música (colegios o bachilleratos musicales) que permita a los niños y jóvenes potenciales profesionales -que posteriormente alimentarán el creciente número de programas universitarios de música- desarrollar sus capacidades en edades críticas para su formación profesional, dentro de su programa curricular. Tampoco existe un programa claro de estímulo a la elevación del nivel musical básico de la población infantil, que pudiera generar una mayor apropiación (o consumo) de la música, un nivel crítico que permita diferenciar cualitativamente productos que se encuentran por fuera de los circuitos de consumo masivo, mejorando el mercado para el mayor número de profesionales egresados.

2.1. CONTEXTO GEOGRÁFICO

Barrancabermeja se ha caracterizado por ser una ciudad multicultural, en donde convergen personas de todo el territorio nacional. Estas personas llegan con sus costumbres, ritmos musicales y expresiones particulares de las regiones de las cuales son oriundos. Así que, la música se ha convertido en una de las formas de expresión de cada cultura. Actualmente, existen bandas folclóricas, vallenatas, sinfónicas, etc, hay para todos los gustos. Por lo cual, hablar de música en la ciudad

(Barrancabermeja) es algo muy llamativo, tanto para las personas del común, como también para las instituciones públicas, que jalonadas por las políticas de promoción nacional han empezado a apoyar el desarrollo de esta expresión cultural.

Como se puede observar en algunos portales de información web, existen algunas características culturales propias de la ciudad⁶:

La música que se escucha predominantemente en la ciudad es el vallenato, ritmo por excelencia que ha calado muy hondo en todo el territorio de Santander, al igual que los llamados corridos prohibidos son muy populares en la ciudad y en gran parte del departamento. También hacen el deleite de los porteños en sus fiestas las tradicionales bandas papayeras tales como la2 la cual fue fundada como una iniciativa para representar y proyectar nuestra música tradicional, conocidas también como Sabaneras o de viento, en las diferentes actividades culturales que se realizan dentro y fuera de nuestra ciudad. Cabe resaltar que el "aire" que se considera tradicional de Barrancabermeja, es el aire de "tambora", bastante fuerte entre los pueblos del río Magdalena. En los más jóvenes es preferido el rock y la música electrónica, dejando de lado las raíces que los caracterizan, por lo que varias instituciones culturales han mostrado su preocupación.

Diversos eventos, con el fin de exaltar los valores culturales de Barrancabermeja y preservarlos del olvido al que se ven amenazados por la globalización, son organizados periódicamente por las entidades de la ciudad.

La Alcaldía Municipal de Barrancabermeja, el Instituto de Recreación y Deportes, las iglesias de variadas denominaciones, las instituciones educativas y las asociaciones que defienden los derechos de grupos vulnerables llevan la bandera de este movimiento, organizando concursos donde los barrajemos pueden demostrar sus facultades artísticas y conservar intacta su memoria histórica⁷.

En los últimos años se han llevado a cabo eventos de tipo musical, que han aportado mucho en cuanto a la promoción de esta actividad cultural, lo que también ha

⁶ WIKIPEDIA. Barrancabermeja. Cultural. 2011. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Barrancabermeja>)

⁷ LOPEZ RODRIGUEZ, David Augusto. Algunos referentes históricos, culturales y ambientales de Barrancabermeja y del Magdalena Medio. [en línea] Programa de Desarrollo y paz del Magdalena Medio: Propuesta Municipal subregión Barrancabermeja. [Barrancabermeja, Santander] PDPMM, Barrancabermeja junio del 2000. [citado 15 Diciembre 2015] Disponible en Internet: [file:///F:/CD%20FINAL%20UIS/historia_barrancabermeja_\(54_pag_221_kb\).pdf](file:///F:/CD%20FINAL%20UIS/historia_barrancabermeja_(54_pag_221_kb).pdf)

aumentado la motivación de las personas, en especial, padres de familia que quieren involucrar a sus hijos en este tipo de actividades.

De este modo se puede concluir que el panorama que se vive en la ciudad respecto a la idea de crear una academia de música es muy favorable.

2.2. ASPECTOS LEGALES

- Licencias y requisitos mínimos

La creación de un nuevo establecimiento educativo privado exige el cumplimiento de unas condiciones mínimas, que son requisito para que la secretaría de educación autorice su apertura y operación, mediante la expedición de una Licencia de Funcionamiento. Este requisito es un acto administrativo de reconocimiento oficial por medio del cual la Secretaría de Educación autoriza la apertura y operación en su entidad territorial.

La licencia de funcionamiento es el permiso estatal otorgado al particular para que una de sus funciones, como es la prestación del servicio público educativo, pueda ser cumplida por éste, sin detrimento de las finalidades del servicio, de la formación integral de los educandos y de la equidad, eficiencia y calidad de la educación. Este permiso significa que el Estado, como garante de la comunidad, da certeza de que el particular asume el compromiso de participar en la prestación del servicio público educativo y ofrece las garantías y condiciones esenciales de pedagogía, administración, financiación, infraestructura y dotación requeridos para desarrollar procesos educativos eficientes y de calidad.

Para reglamentar la expedición de licencias de funcionamiento, el Ministerio de Educación Nacional emitió el Decreto 3433 de septiembre 12 de 2008 que establece tres modalidades de la licencia:

- Definitiva, cuando quien va a abrir el colegio ha presentado todos los requisitos exigidos. Se expide por tiempo indefinido.
 - Condicional, cuando el interesado ha presentado todos los requisitos excepto el concepto sanitario o el permiso de ocupación. Se expide por cuatro años, y se prorroga por periodos de un año, a solicitud del particular, si éste demuestra haber hecho las gestiones para obtenerlas
 - Provisional: esta licencia no permite operar, pero es un aval al proyecto educativo, cuando el particular todavía no tiene licencia de construcción. Una vez obtenida, puede iniciar las gestiones de licencia, compra, adecuación o arriendo de la edificación en que funcionará.
-
- Derechos de autor

En Colombia se reconoce la propiedad intelectual como mecanismo de protección al trabajo de creación intelectual. Dicha reconocimiento comprende el derecho de autor, la propiedad intelectual y las nuevas variedades de vegetales. Acerca de los derechos de autor, factor preponderante en el marco de este proyecto, al tratarse de un aspecto que puede ser considerado en algún momento, en el desarrollo de la formación musical, hay que mencionar que es regulado por:

Ley 23 de 1982 "Sobre derechos de autor".

Ley 1403 de 2010, "Por la cual se adiciona la Ley 23 de 1982, sobre derechos de autor, se establece una remuneración por comunicación pública a los artistas intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones Audiovisuales o Ley Fanny Mikey".

- Normas Urbanísticas

La creación de un nuevo establecimiento requiere además que se cumplan las normas urbanísticas establecidas por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, en el Decreto No. 1469 de abril 30 de 2010 que reglamenta el uso de suelo, tipos de licencias con sus modalidades (incluida la licencia de construcción), procedimientos para la expedición y vigencia de las licencias, permisos de ocupación, entre otros.

Para la aplicación del mencionado decreto en establecimientos que funcionarán en edificios en arriendo, se emitió el siguiente concepto por parte del Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1.1. Descripción, Usos y especificaciones del servicio. La academia de música “Mi Tierra” será primera en su clase en la ciudad de Barrancabermeja, pues ofrecerá formación musical a personas de todas las edades, en diversos tipos de servicios adaptados a las necesidades específicas de cada tipo de clientes. La academia ofrecerá:



- Aprendizaje continuo
- Cursos básicos
- Cursos Avanzados
- Tutoría personalizada

Los instrumentos sobre los cuales se desarrollara la formación se muestran en el Cuadro 3.

Las especificaciones de cada servicio se muestran a continuación.

- Los estudiantes de la academia no solo aprenderán a tocar canciones o melodías en un instrumento musical, sino que podrán adquirir las destrezas necesarias para componer canciones, elaborar las partituras y ejecutar sus propias creaciones

Cuadro 2. Oferta de instrumentos

INSTRUMENTOS DE PERCUSIÓN	INSTRUMENTOS DE VIENTO	INSTRUMENTOS DE CUERDA
 <p>Batería</p>	 <p>Flauta</p>	 <p>Guitarra acústica/electroacústica</p>
 <p>Timbales</p>	 <p>Saxofón</p>	 <p>Guitarra eléctrica</p>
 <p>Conga</p>	 <p>Trompeta</p>	 <p>Piano</p>
 <p>Caja vallenata</p>	 <p>Acordeón</p>	 <p>Bajo eléctrico</p>
<p>OTROS INSTRUMENTOS</p>	 <p>Xilófono</p>	 <p>Organeta</p>

Fuente: Imágenes tomadas de Pág. Web Mercado Libre Colombia⁸

⁸ MERCADO LIBRE. Disponible en Internet: <http://www.mercadolibre.com.co/>

Cuadro 3. Características del servicio

TIPO DE SERVICIO	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	OPCIONES DEL SERVICIO
Aprendizaje continuo	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de formación musical específicos por instrumento, con duraciones de 6 meses o 1 año, según preferencia. • Consta de 2 horas de instrucción teórica y 4 horas prácticas, semanalmente • Posibilidad de préstamo de instrumento durante el aprendizaje (*aplican condiciones) • La formación se dará en forma individual o grupal 	Aplica para todos los instrumentos descritos en la oferta de la academia
Cursos básicos	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de formación musical específicos por instrumento, con duración de 1 mes • Consta de 2 horas de instrucción teórica y 2 horas prácticas, semanalmente • La formación se dará al alcanzar un mínimo de estudiantes por ti 	Aplica para organeta, guitarra, bajo eléctrico, batería, caja vallenata, flauta.
Cursos Avanzados	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de formación musical de tres meses • Consta de 2 horas de instrucción teórica y 4 horas prácticas, semanalmente • Posibilidad de préstamo de instrumento durante el aprendizaje (*aplican condiciones) 	Aplica para piano, guitarra, bajo, batería, Aplica para Solfeo y técnica vocal
Tutoría personalizada	<ul style="list-style-type: none"> • Clases personalizadas • Cada clase consta de 1 hora de instrucción teórica-practica 	Aplica para guitarra, organeta y bajo

- Se dará la opción de préstamo del instrumento de aprendizaje para casos especiales.
- Existirá además la opción de producción musical para estudiantes quienes quieran ir más allá del propio aprendizaje del instrumento, brindándoles la opción de grabar sus propias creaciones.
- En algunos casos Se ofrece la posibilidad de préstamo de instrumentos para quienes no pueden costear el instrumento

3.2. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

3.2.1. Mercado potencial. El mercado potencial para la academia es muy amplio pues ésta busca ser incluyente en cuanto a edad de las personas que desean tomar el servicio. Se debe tener en cuenta que la academia ofrecerá sus servicios de formación musical a población de todas las edades, a personas que tengan capacidad para leer y escribir, y que además cuenten con los requerimientos físicos mínimos requeridos* en las actividades de aprendizaje, así como la capacidad económica para acceder al servicio.

Considerando lo anterior, y tomando como referencia los datos de la última encuesta a hogares⁹ se cuenta con un mercado potencial de 137661 personas, que corresponde al 90.3% de la población total que reside en el casco urbano, y que tiene edad comprendida entre los 7 y 64 años.

3.2.2. Mercado objetivo. Por condición socioeconómica para el acceso al servicio de formación musical se ha definido como mercado objetivo al grupo de personas comprendido en los estratos 3, 4, 5 y 6. Tomando en cuenta que el 64.1% de la población pertenece al estrato 1 y 2¹⁰, y que la ciudad tiene 192.000 mil habitantes¹¹, se calcula un número aproximado de 68928 personas.

* Por requerimientos físicos, se considera como mercado potencial las personas entre 7 y 64 años de edad.

⁹ CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO CER. Encuesta a hogares urbano – rural.

2013. Recuperado de: <https://docs.google.com/file/d/0B4jsadSteCMhMHozRTRIODdaYkU/edit>

¹⁰ CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO CER. Encuesta a hogares urbano – rural.

2013. Recuperado de: <https://docs.google.com/file/d/0B4jsadSteCMhMHozRTRIODdaYkU/edit>

¹¹ Datos generales de Barrancabermeja. Recuperado de: http://www.barrancabermeja-santander.gov.co/alcaldia/index.php?option=com_content&view=article&id=448&Itemid=688

3.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La demanda de servicios de formación musical debe entenderse desde diversas perspectivas que conforman los propios grupos de interés del sector. Es necesario analizar no solo, los requerimientos de demanda del mercado clientes o consumidor final, sino también a otros actores involucrados, como pueden ser instituciones educativas, entidades del gobierno, organizaciones no gubernamentales, entre otros, que de una u otra forma tienen algún tipo de influencia, en cuanto a preferencias, políticas e inversión sobre este sector.

3.3.1. Descripción del problema de investigación de mercados. En Barrancabermeja existen pocas instituciones en las que se pueda acceder a la formación musical, y la mayor parte de ellas están orientadas a la formación de niños, y en gran proporción a la conformación de bandas musicales, sin tener la posibilidad de que cualquier persona (indistintamente de su edad) pueda tomar un curso básico, avanzado o incluso una formación continua en cualquier instrumento.

Algunas escuelas de formación musical, solo se orientan a la instrucción de ritmos predominantes en la región, como el vallenato, lo cual no permite explorar otras opciones para las personas interesadas.

Por otra parte los costos de la formación musical por lo general se dan en cuotas mensuales que los clientes deben pagar. Esto sumado al costo de adquisición del instrumento de preferencia resulta en un gasto económico importante para el mercado de estos servicios.

La formación se da en lugares específicos para ello, que casi en la totalidad de las instituciones que prestan el servicio carecen de una infraestructura adecuada para

la realización de estas actividades, en cuanto a condiciones técnicas que respondan a la acústica requerida y/o espacio necesario para la actividad de aprendizaje.

En el aspecto publicitario y de promoción es fácil asociar cualquiera de los lugares existentes con la formación para niños, no habiendo duda de la existencia de un vacío en el mercado (que se espera suplir con el presente proyecto) para la formación de otras personas (jóvenes mayores o adultos) y en otro tipo de servicios, diferentes a la conformación de bandas musicales.

3.3.2. Necesidades de información para la demanda. Se hace necesario identificar los gustos, preferencias y otros aspectos que permitan definir completamente cada tipo de servicio en formación musical. Esta información se obtendrá a partir del cuestionario/encuesta aplicado a la población objetivo.

- ❖ Se deben conocer los precios del mercado para cada uno de los servicios de formación musical que se ofertarán. Esta información se podrá conocer mediante investigación a la oferta existente.
- ❖ Se debe indagar acerca de la preferencia de las personas respecto al lugar donde toman su formación (en su domicilio o en una institución). Esto se conocerá en el cuestionario/encuesta a la población objetivo
- ❖ Se debe investigar sobre los medios de publicidad que tienen más aceptación entre las personas del mercado objetivo, así como la forma de comercialización más apropiada.

3.3.3. Ficha Técnica. La ficha técnica de la encuesta se muestra en el Cuadro 5.

3.3.4. Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación se presenta el análisis de la encuesta realizada para el estudio de mercados (Ver Anexo 1).

Cuadro 4. Ficha técnica de la investigación

Tipo de investigación	Exploratoria y Descriptiva: se utiliza una investigación de carácter exploratorio en virtud de la ausencia de estudios acerca de las preferencias de mercado en formación musical en Barrancabermeja, así como se define de tipo descriptivo porque los resultados obtenidos podrán ayudar a caracterizar la población objetivo en los diferentes servicios que se van a ofrecer.
Método de investigación	Se utilizará el método inductivo, a fin de aprovechar los datos que se obtengan de la investigación para poder establecer conclusiones generales, orientadas a identificar los aspectos más relevantes en el servicio de formación musical.
Fuentes de información	Se requerirá disponer de fuentes primarias y secundarias, para obtener la información suficiente que permita alcanzar los objetivos del estudio.
Técnicas de investigación	Encuesta personal.
Instrumento para la recolección de información	Cuestionario de 8 preguntas.
Modo de aplicación	Directa
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	De acuerdo a los cálculos realizados en 3.3.2 Mercado Objetivo, se toma la base de 68928 personas como población para la investigación.
Proceso de muestreo	<p>La muestra se determina considerando las 68928, personas de los estratos 3,4 y 5. El cálculo del tamaño de la muestra para el estudio se efectúa de la siguiente manera:</p> <p>N = Tamaño de la muestra sumatoria de las comunas 3,4 y 5</p> <p>Z = Nivel de confianza 1.96 (variable Estandarizada para una significancia del 5%)</p> <p>P = 0,5 (probabilidad de éxito) se desconoce El comportamiento de la ocurrencia.</p> <p>q = 0,5 (probabilidad de no éxito) se desconoce el comportamiento de no ocurrencia.</p> <p>e = 0,05 margen de error.</p> <p>N - 1 = Factor de corrección por finitud.</p> <p>N = Tamaño de la Población (68928)</p> $n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$ $n = \frac{(1,96)^2 (0,5*0,5) 68928}{(0,05)^2 (68928-1)+(1,96)^2 (0,5*0,5)}$ <p>n= 382 encuestas</p> <p>Al igual que se realizó en la prueba piloto para la investigación de mercados, segmentando en dos grupos principales, la realización del cuestionario (para esta fase del proyecto), también siguió tales parámetros, como sigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ 191 encuestas aplicadas a niños/jóvenes/adultos ❖ 191 encuestas aplicadas a padres de familia o adultos
Alcance	Cobertura geográfica de la investigación, población de Barrancabermeja, sector urbano
Tiempo de aplicación	Período de tiempo de aplicación del instrumento. Quince días.

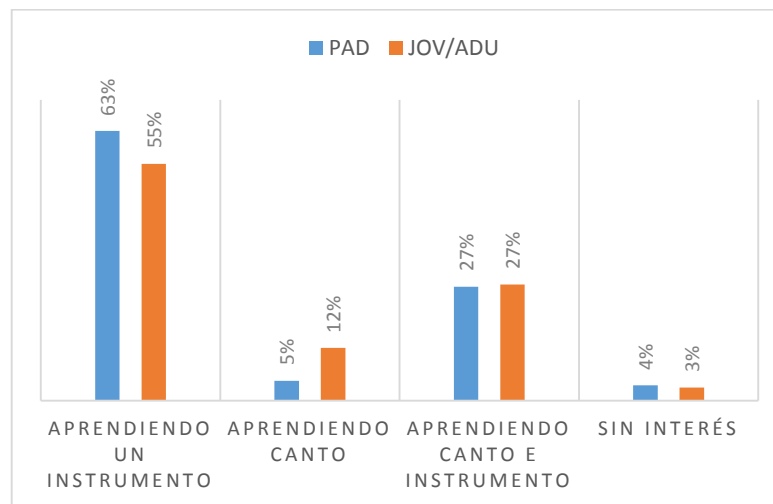
El análisis se presentará contrastando la respuesta a la misma pregunta adaptada, para los dos grupos poblacionales seleccionados en el estudio (1. Padres, y 2. Jóvenes y adultos). En la presentación de cada pregunta, se mostrarán las cantidades asociadas a la frecuencia hallada por cada cuestión, sin embargo en el análisis de las mismas, se considerará los porcentajes asociados a la frecuencia de respuesta, con respecto a ese grupo poblacional, para ello se toma como referencia que un grupo poblacional (bien sea, padres, o jóvenes-adultos) está conformado por 191 personas (acorde al muestreo realizado), correspondiendo esta cantidad al 100% de ese grupo poblacional.

Pregunta 1:

Padres: ¿Está interesado en que su hijo aprenda música?

Jóvenes / Adultos: ¿Está interesado en aprender música?

Gráfico 1. Interés del servicio de formación musical



Análisis: Como pregunta clave para el desarrollo del estudio de mercados y por ende la consolidación de la idea de negocio (respecto a la academia musical), se observó un alto porcentaje de personas interesadas, quienes accederían a la

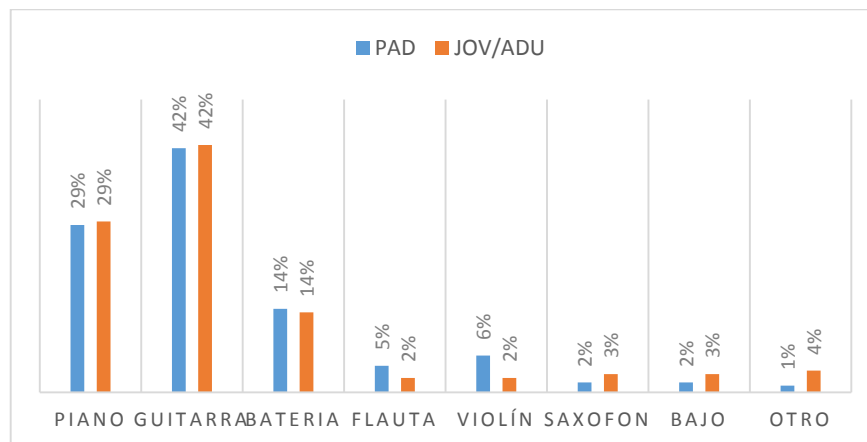
formación. Casi la totalidad de la población objeto de estudio, manifestó estar interesada en alguno de los servicios que ofrecería la academia musical, esto se refleja en valores de 96,4% y 95,9% en padres y jóvenes/adultos, respectivamente. El servicio preferido que se identificó es el de formación en un instrumento musical, con 63,3% en padres y 55,1% en jóvenes/adultos. Lo anterior representa una base sólida para la continuación del estudio de factibilidad.

Pregunta 2:

Padres: ¿Qué instrumento desea aprender su hijo(a)?

Jóvenes/Adultos: ¿Qué instrumento desea aprender?

Gráfico 2. Preferencia del Instrumento para la formación musical



Análisis: La preferencia en cuanto a instrumentos musicales sobre los cuales se desarrollaría la formación, presentó un comportamiento similar en ambos grupos poblacionales, destacándose, guitarra, piano y batería en ese orden importancia, como los instrumentos más escogidos. Solo entre ellos (los instrumentos de, guitarra, piano y batería) está representado más del 80% del total de la población encuestada, siendo esto un factor a considerar en la oferta final del servicio.

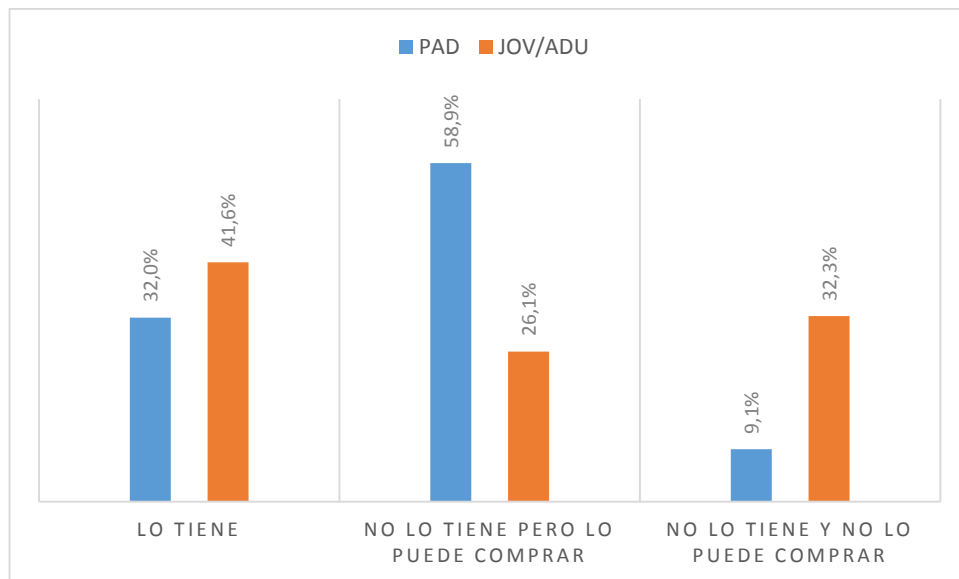
Pregunta 3:

Padres: Acerca del instrumento que su hijo desea aprender

Jóvenes/Adultos: Acerca del instrumento que desea aprender

Análisis: Del análisis de esta pregunta y considerando la respuesta en la inmediatamente anterior, se pudo inferir que, si bien existen unos instrumentos musicales que presentan mayor predilección a la hora de ser seleccionados para la formación, existe una correlación en la disponibilidad de tal instrumento.

Gráfico 3. Disponibilidad del instrumento para la formación musical



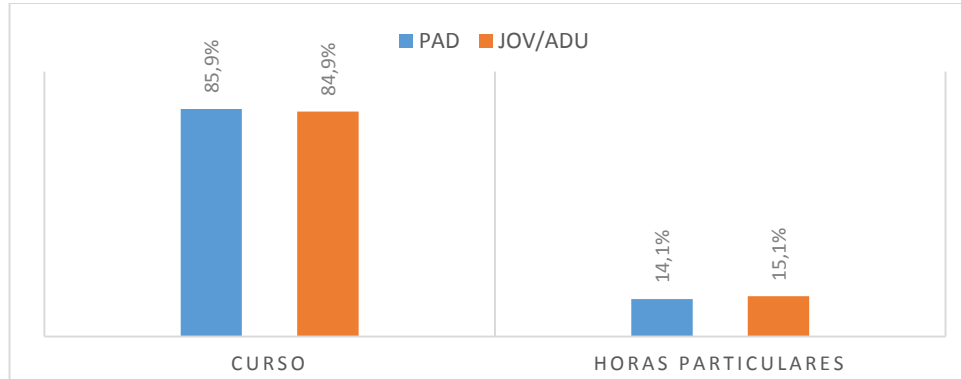
Esto es, que en gran parte de los casos se prefiere aprender un instrumento porque se posee tal instrumento. Del gráfico anterior se puede deducir que un 90,9% (en el caso de los padres) y 67,7% (en jóvenes/adultos) están en capacidad de adquirir el instrumento musical para su formación (bien sea porque ya lo poseen o porque lo pueden comprar). También es importante destacar que en el grupo poblacional de jóvenes/adultos, existe una mayor proporción de personas a las cuales habría que suministrar temporalmente el instrumento para su formación. Esto se podría configurar dentro de alguna estrategia en la oferta final del servicio.

Pregunta 4:

Padres: ¿Cómo le gustaría que su hijo aprendiera?

Jóvenes/Adultos: ¿Cómo le gustaría aprender?

Gráfico 4. Preferencia del tipo de formación musical



Análisis: Respecto al método que prefiere la población objeto de estudio para la formación musical, se halló que el 86% en padres y 85% en jóvenes/adultos prefieren tomar cursos en lugar de horas particulares. Esto, sin duda refleja una mayor motivación y compromiso en terminar el aprendizaje, con la adquisición de cursos. Quizá por la experiencia, se sabe que “so no se está obligado a algo, ello se deja de hacer”, lo cual representa una gran oportunidad para la oferta del servicio.

Pregunta 5:

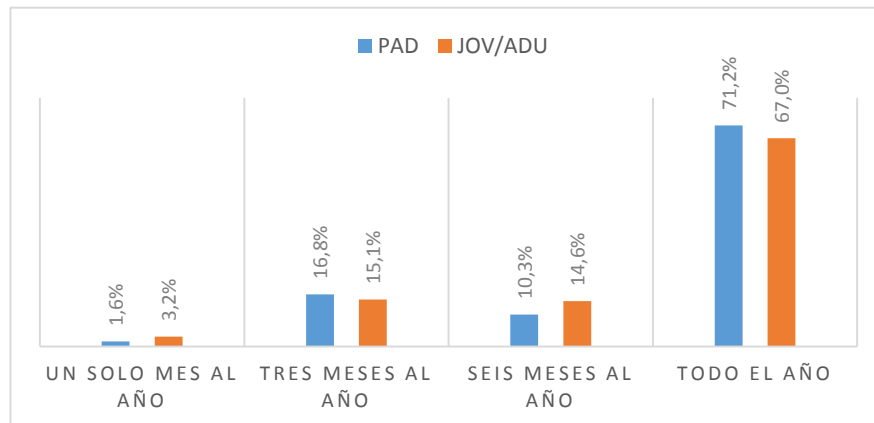
Padres: ¿Cuánto tiempo le gustaría que su hijo dedicara al aprendizaje musical?

Jóvenes/Adultos: ¿Cuánto tiempo le gustaría dedicar al aprendizaje musical?

Análisis: La mayor parte (más del 65%) de la población encuestada prefirió tomar una formación continua en el año, esto es, prefirieron los cursos anuales, en lugar de otras opciones. Esto es muy importante para configurar la oferta final del servicio,

en la que habría que dar mayor prioridad a la disponibilidad de este tipo de formación.

Gráfico 5. Preferencia de tiempo para la formación musical



Asimismo, se detectó que los cursos mensuales no son muy considerados por la población objeto de estudio, ya que en ambos casos (tanto padres como jóvenes-adultos) no alcanzó un porcentaje representativo.

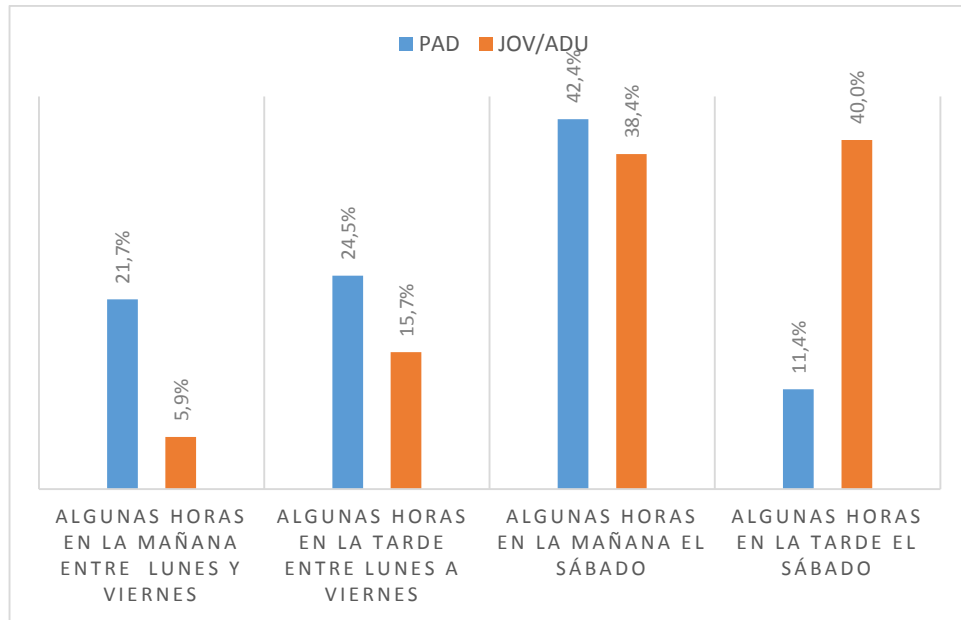
Pregunta 6:

Padres: ¿En qué jornada le gustaría que su hijo recibiera la formación musical?

Jóvenes/Adultos: ¿En qué jornada le gustaría recibir la formación musical?

Análisis: Con respecto al horario que prefiere la población objeto de estudio, se encontró que más del 50% mostró preferencia por el día sábado (bien sea en la mañana o en la tarde). Esto se puede analizar desde la perspectiva de que es un día en el que tal vez no existe una carga laboral o académica.

Gráfico 6. Preferencia en el horario para la formación musical



Sin embargo, existen valores representativos de preferencia horario entre lunes y viernes, en ambos grupos poblacionales. Todo ello se deberá tener en cuenta cuando se configure la capacidad técnica de la academia.

Pregunta 7:

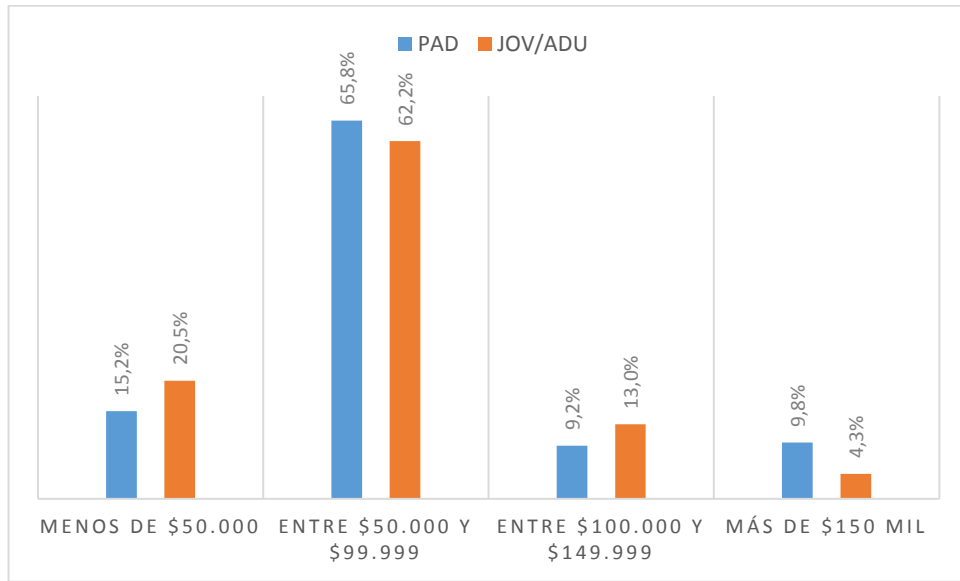
Padres: Señale los recursos que estaría dispuesto a invertir en la formación musical de su hijo, durante un mes

Jov/Adu: Señale los recursos que estaría dispuesto a invertir en su formación musical, durante un mes

Análisis: Del estudio realizado, destaca (66% en los padres, y 62% en jóvenes y adultos), que hubo coincidencia en el costo que mejor se ajustaría a las condiciones económicas de los grupos poblacionales encuestados, considerando valores

comprendidos el rango de 50 a 99 mil pesos. Esto, se debe considerar en el diseño de servicios final de la oferta.

Gráfico 7. Disponibilidad de recursos económicos para la formación musical



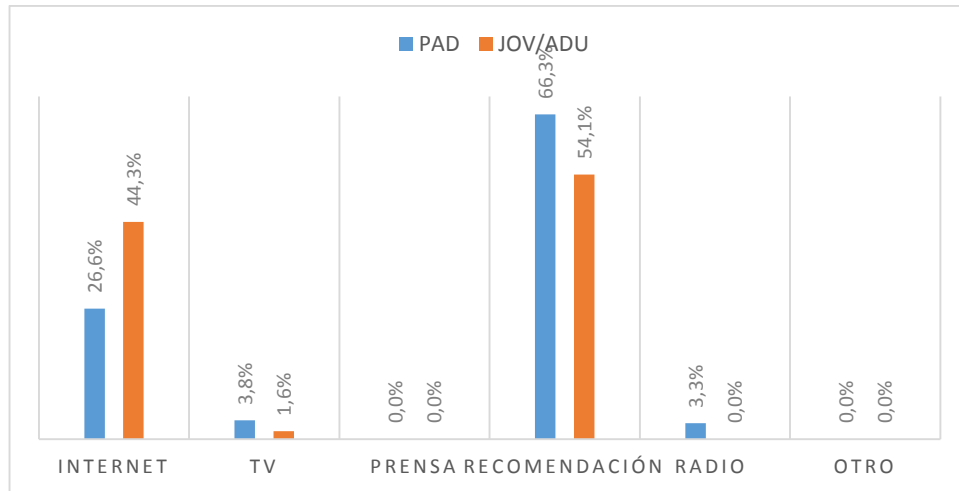
Pregunta 8:

Padres: ¿Qué medio utiliza cuando desea buscar centros de formación musical?

Jov/Adu: ¿Qué medio utiliza cuando desea buscar centros de formación musical?

Análisis: La encuesta realizada permitió evidenciar que la mayor parte de las personas consultan con sus conocidos o familiares a la hora de acceder a un tipo de servicios como el de formación musical (más del 50% de la población encuestada). Asimismo, el Internet también posee un porcentaje representativo en la muestra, destacándose como el medio más usado para la búsqueda del servicio.

Gráfico 8. Preferencia del medio de búsqueda para formación musical



3.3.4. Estimación de la demanda. La demanda estimada para cada servicio, como se muestra en el Tabla 2 se obtiene partiendo de la base del mercado objetivo por segmento (26399 para padres y 42539 para jóvenes/adultos), y multiplicándose por la proporción de personas que eligieron cada opción en el desarrollo de la encuesta.

Es así como la demanda estimada de Cursos Anuales para el subgrupo poblacional “padres” corresponde a la cifra de 16139 personas, que resultan de calcular el segmento de mercado objetivo (26399) por el porcentaje de personas en este subgrupo que prefirieron cursos (86%), multiplicado además por el porcentaje que tuvo esa opción(cursos anuales).

3.3.5 Proyección de la demanda. A partir de los datos obtenidos en el punto anterior, y mediante la técnica de extrapolación usada para pronóstico de la demanda, se muestra una proyección del comportamiento, en los próximos 5 años, para el proyecto (Tabla 3).

Tabla 2. Estimación de la demanda

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA PADRES				ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA JOV Y ADU			
Población total	192000			Población total	192000		
Pob. Objetivo	68928			% Pob. Objetivo	68928		
%Pob. Objetivo que son niños (7-14 años)	38,30%			%Pob. Objetivo que son jóvenes o adultos (15-64 años)	61,70%		
Segmento Mercado Objetivo	26399			Segmento Mercado Objetivo	42529		
Servicios	*1	% Inv. Mercados*	Demanda estimada	Servicios	*1	% Inv. Mercados*	Demanda estimada
Cursos Anuales	0,86	71,20%	16139	Cursos Anuales	0,85	67,0%	24191
Cursos semestrales		10%	2341	Cursos semestrales		14,6%	5267
Cursos Trimestrales		17%	3819	Cursos Trimestrales		15,1%	5463
Cursos Mensuales		1,6%	370	Cursos Mensuales		3,2%	1171
Horas Particulares	0,14		3730	Horas Particulares	0,15		6437

*1, Resultados a la pregunta acerca del método de preferencia

Este pronóstico se calculó usando la siguiente fórmula: $D_f = D_i (1 + T_c)^n$, en donde:

Df: demanda final

Di: Demanda inicial o base (año 0)

Tc: Tasa de crecimiento (se toma una tasa igual a 1.2% = 0.012)

n: Año a pronosticar

Debe tenerse en cuenta que cada uno de los porcentajes hallados en la investigación, se basan en el análisis conjunto de los resultados a las preguntas 4 y 5 de la encuesta realizada, de esta manera el resultado del 71.20% eligiendo Cursos Anuales en el grupo poblacional “padres” (ver Tabla 2). Estimación de la demanda) y que corresponde con la pregunta 5 de la encuesta realizada, se convierte en un 61.14 %, ya que esa porción del 71.20% no se debe contrastar con el 100% de la población objetivo, sino con las porción que manifestó su preferencia por los cursos (esto es el 86%), como se interpreta de la pregunta 4, es decir inicialmente un 86% prefirió cursos y de ese 86%, una fracción del 71.20% eligió cursos anuales, este 71.20% al proyectarse en el global, corresponde al 61.14% de la población.

De este modo, la demanda estimada para *Cursos Anuales* en Jóvenes y Adultos, para el año 1, resulta del producto entre 24191 por el resultado de elevar 1.012 ($1+Tc$) a la potencia 1, esto es:

$$\text{Demanda del año 1: } 24191 (1+0.012)^1 = 24482$$

3.4. OFERTA O COMPETENCIA

Considerando que el proyecto apunta a la posible creación de una academia musical, se identifica un bajo nivel de competencia directa actual, debido a que, el principal centro de formación musical en la ciudad (Batuta), es en realidad una Orquesta Sinfónica, y el grupo restante representa una minoría que se asocia con bandas-escuelas o centros musicales. No obstante, ninguna de estas empresas ofrece la posibilidad de enseñanza musical para adultos.

Tabla 3. Proyección de la demanda

ANÁLISIS DE LA DEMANDA							
TASA CREC							1,20%
Merc. Obj. Padres	26399	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A 5 AÑOS					
Servicios	% Inv. Mercados*	0	1	2	3	4	5
Cursos Anuales	61,14%	16139	16333	16529	16727	16928	17131
Cursos semestrales	8,87%	2341	2369	2397	2426	2455	2485
Cursos Trimestrales	14,47%	3819	3865	3911	3958	4006	4054
Cursos Mensuales	1,40%	370	374	379	383	388	392
Horas Particulares	14,13%	3730	3775	3820	3866	3913	3960
Totales	100%	26399	26716	27037	27361	27690	28022
Merc. Obj. Jov/ Adu	42529	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A 5 AÑOS					
Servicios	% Inv. Mercados*	0	1	2	3	4	5
Cursos Anuales	57%	24191	24482	24775	25073	25374	25678
Cursos semestrales	12%	5267	5331	5395	5459	5525	5591
Cursos Trimestrales	13%	5463	5528	5594	5662	5730	5798
Cursos Mensuales	3%	1171	1185	1199	1213	1228	1242
Horas Particulares	15%	6437	6514	6592	6671	6751	6832
Totales	100%	42529	43039	43555	44078	44607	45142

El conocimiento de datos específicos acerca de la competencia, no fue posible, puesto que existe mucho celo por parte de los encargados, en brindar información acerca del negocio. Por lo cual, no se pudo estructurar una investigación de mercados para la oferta.

3.4.1 Necesidades de información para la oferta

¿Qué tipo de servicios ofrece la competencia?

¿Qué tipo de población puede acceder a tales servicios?

¿Qué precios se manejan en cada servicio?

¿Qué canales utilizan para la promoción de sus servicios?

¿Con qué infraestructura (instalaciones y edificios) cuenta la competencia?

3.4.2 Análisis de la situación actual de la competencia

Cuadro 5. Análisis de la competencia

EMPRESA	BATUTA	MUSICHICOS	CAFABA
Productos y servicios que ofrece	Tocar instrumentos y sinfonía orquestal	Tocar instrumentos y canto. Niños de 4 años en adelante	4 Cursos en guitarra y organeta
% participación en el mercado	Significativa en los niños y jóvenes	Poca, entre niños y jóvenes	Poca, principalmente una porción de afiliados a esa caja de compensación
Fortalezas	Instrumentos y orquesta	Instrumentos y canto	Ofrecen descuento en los precios a afiliados
Debilidades	No participan adultos	No participan adultos	No hay posibilidad de formación continua No participan adultos

3.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

De la información registrada en fuentes secundarias¹², y tomando como referencia a Batuta (como institución más representativa en cuanto a tamaño se refiere), la cual presentó un número de 480 estudiantes en 2013, se estima que la población que ya está tomando algún tipo de servicio de formación musical está en un rango inferior a las 1000 personas, incluyendo los demás centros, orquestas y agrupaciones musicales.

Sin embargo, el rango de edad que se ha planteado como una de las características principales y valor agregado de la academia que se propone en este proyecto de factibilidad, hace que aun existiendo cierta competencia en el mercado, exista una demanda insatisfecha muy considerable, esto es, no habría restricción por falta de mercado . En este caso, la principal restricción tendría que ver con la capacidad del proyecto y no con su demanda.

3.6 CANALES DE COMERCIALIZACION

Los canales de distribución o comercialización reflejan las diferentes etapas de propiedad de un producto/servicio desde su generación hasta su entrega al consumidor final. Existen canales directos, en los que no existe ninguna intermediación entre la fabricación/generación del producto y servicio y la entrega final al consumidor. Esto, es más común en la prestación de servicios, en donde el cliente es consumidor a la vez que se presta el servicio. Sin embargo, también

¹² BATUTA. Comunicados de Prensa. 20 años de Batuta en Barrancabermeja. Consultado en julio 2015. <http://www.fundacionbatuta.org/comunicados-de-prensa/20-anos-de-batuta-en-barrancabermeja#sthash.T1AhO8WM.dpuf>

puede existir un canal, en el que se utilice más de una etapa hasta llegar al consumidor final, esto hace parte de la cadena logística del producto o servicio.

3.6.1 Estructura de los canales actuales. La mayor parte de los centros de formación musical (instituciones, academias) utilizan un canal directo, es decir, tienen bajo su control (en todo momento) la propiedad del servicio que prestan hasta la entrega al consumidor final, por lo general, dentro de sus propias instalaciones.

Figura 1. Canal directo de comercialización en la formación musical



Fuente: Imágenes tomadas de Google Imágenes (Internet)

En este caso, el cliente es quien se dirige a cada centro de formación musical para adquirir el servicio directamente de quien lo genera.

Pero también, es muy común, la práctica de llevar la formación al domicilio del cliente, esto ocurre principalmente cuando se trata de músicos particulares, que bajo nombre propio (no el de una institución) prestan un servicio personalizado a las personas, esto también se cataloga como canal directo.

3.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. Como ventajas del canal actual identificado (directo), y considerando el caso en el que los aspirantes se dirigen al centro, se puede mencionar que existe un control total de la prestación del servicio de formación musical, en un ambiente propicio para la actividad, en cuanto a infraestructura, mayor control en el desempeño de los instructores, y mayor nivel de concentración de las personas que acceden al servicio. Este tipo de canal directo, implica contar con los instrumentos musicales, el espacio (edificio) adecuado, instructores y herramientas para la formación musical.

Por otra parte, cuando el servicio de formación musical es personalizado (y a domicilio), desarrollándose en la ubicación del cliente, se corre el riesgo de que se presenten múltiples situaciones no previsibles, que pueden interrumpir el desarrollo normal de una sesión de formación. Su ventaja principal es la personalización y el aseguramiento de la asimilación del conocimiento en cada etapa del proceso de formación. Este tipo de canal directo requiere, que al menos el cliente posea el instrumento musical y espacio físico (dentro de su domicilio) para la formación.

3.6.3 Selección de los canales de comercialización. De acuerdo a los resultados de la investigación de mercados, las personas prefieren en su mayoría, tomar cursos en lugar de horas particulares. Anteriormente, se analizó que tal tendencia podía deberse a que las personas no tienen una disciplina cuando se trata de horas particulares, en tanto que tomar un curso les ayuda a estar motivados y cumplir totalmente su formación.

Considerando lo anterior, la academia musical tendrá un canal de comercialización directo.

3.7 PRECIO

Dentro del estudio de factibilidad que se desarrolló para la academia musical, fue muy importante determinar los valores que estarían dispuestos a pagar los clientes (mercado objetivo) para el acceso a la formación musical.

En tal sentido, se identificó que las personas estarían dispuestas a pagar (hasta un 65% de la muestra de estudio, incluyendo los dos grupos poblaciones objeto de la investigación) los precios comprendidos dentro del rango de \$50.000 a \$99.000 pesos mensualmente, este fue el valor más representativo.

En resumen, para el caso de “padres” se observó que un 15.2% pagaría menos de \$50 mil, el 65.8% pagaría entre \$50 y \$99 mil pesos, el 9.2% pagaría entre \$100 y \$150 mil pesos, y solo un 9.8% pagaría más de \$150 mil pesos, de manera mensual por el servicio de formación musical. En el caso de jóvenes/adultos, un 20.5% pagaría menos de \$50 mil pesos, el 62.2% pagaría entre \$50 y \$99 mil pesos, el 13% pagaría entre \$100 y \$150 mil pesos, y solo un 4.3% pagaría más de \$150 mil pesos, al mes.

3.7.1 Análisis de precios de la competencia. Según un estudio realizado sobre dos de las principales instituciones de formación musical (Batuta y Musichicos), se halló que el servicio más importante que se ofrece es el curso semestral para un instrumento, y que los valores oscilan alrededor de los \$550 mil pesos, esto es, \$580 mil pesos semestralmente (Batuta), y \$560 mil pesos (Musichicos).

Se ofrecen algunos descuentos, pero el valor del servicio es superior a \$500 mil pesos, semestralmente.

Este valor es muy cercano al que se encontró en la investigación de mercados, en el cual, la mayor proporción de encuestados estarían dispuestos a pagar hasta \$100 mil pesos mensualmente.

3.7.2 Estrategias de fijación de precios. Para la fijación de precios se tendrá en cuenta las siguientes consideraciones:

- Duración de la formación: como es lógico, los cursos más extensos tendrán un mayor precio. Sin embargo, existe la posibilidad de ofrecer descuentos.
- Disponibilidad del instrumento musical: El préstamo temporal del instrumento para la formación, permitirá que en los casos en los cuales el aspirante no pueda pagar o adquirir un instrumento inmediatamente (antes de la formación), ello no sea impedimento para que desarrolle su curso. Sin embargo, esto será un costo adicional para el estudiante.
- Lugar de desarrollo de la formación: uno de los métodos que se ofrecerá para el desarrollo de la formación será el de las clases personalizadas (en el domicilio del aspirante). Esto tendría un costo adicional para el estudiante.
- Cantidad de aspirantes en el mismo instrumento: influyen también la cantidad de personas inscritas para el mismo instrumento. Se establecerá un número mínimo de personas para la apertura del curso, dentro de un periodo determinado para la inscripción. Si no se alcanza ese límite inferior, se ofrecerá la posibilidad de apertura del curso

3.8 PUBLICIDAD Y PROMOCION

La globalización ha permitido reconocer en las organizaciones, la importancia que juega para el alcance de objetivos estratégicos, la elaboración de material publicitario acorde con las características del mercado.

Es así como se han desarrollado múltiples estrategias y modelos comerciales orientados a la introducción y comercialización de una marca. En ese sentido, se hace necesario considerar aspectos de imagen, slogan, canales de promoción y demás, que se consideran a continuación.

3.8.1 Objetivos

- Informar a la comunidad en general, la creación de una academia musical en la ciudad de Barrancabermeja, a través de canales informativos apropiados, que permita su posterior introducción y puesta en marcha del proyecto en el mercado
- Generar expectativa en el público objetivo, a través de mensajes persuasivos que aumenten la motivación por la formación musical
- Recordar los beneficios asociados de la formación musical y las características propias ofrecidas por la academia musical para el desarrollo de la formación
- Implementar la estrategia definida para el servicio de formación musical, considerando el presupuesto y realizando seguimiento oportuno en cada una de las actividades, a fin de evaluar el impacto global.

3.8.2 Logotipo. En el logotipo se describe el tipo de institución (academia musical). Su nombre “Mi Tierra” se tomó por parte de la autora del proyecto, por ser un nombre representativo y que infunde un sentido de pertenencia e inclusión con la diversidad musical de Colombia. Asimismo se destaca en la gama de colores, el negro y amarillo propios de Barrancabermeja, así como el azul y rojo en la parte central del logo, siendo estos (en conjunto) los colores de la bandera de Colombia.

Figura 2. Logotipo Academia Musical Mi Tierra



En la parte inferior del logo se observa el slogan de la academia, que fue puesto intencionalmente sobre la franja negra del óvalo para simular un contraste similar al que se observa en las teclas de un piano con los colores negro y blanco.

3.8.3 Slogan. El slogan utilizado para la academia será: “tocando los sentidos del alma”. Una frase concebida por la autora del proyecto, en la cual se destaca el papel preponderante de la formación musical, no solo como actividad lúdica sino también como un elemento que afecta todos los sentidos y la personalidad de quienes la practican.

3.8.4 Análisis de medios. Teniendo en cuenta al mercado objetivo para el proyecto “academia de música mi tierra” a continuación se presenta un informe de los principales aspectos que pueden ser o no beneficiosos respecto a la idea de proyecto con relación a los medios disponibles. (Ver Cuadro 7)

3.8.5 Selección de medios. De acuerdo al análisis anterior, se consideró que el mejor medio para llegar al mercado objetivo es el internet, un canal muy accesible, en el cual se pueden realizar múltiples acciones encaminadas a la promoción gracias a la cantidad de recursos disponibles que se pueden hallar en él. Se hace necesario entonces, una gran estrategia, que incluya diversos mecanismos para la introducción del servicio a cada subsector de la población objetivo.

También se utilizará televisión y radio para facilitar el conocimiento de la marca en toda la comunidad. Asimismo se utilizarán folletos, avisos, como complemento a la estrategia publicitaria.

3.8.6 Estrategias Publicitarias. Una estrategia publicitaria es “la parte en donde la empresa hace conocer a su mercado objetivo los productos y servicios que ofrece, llegando de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al consumidor. Algunos medios a utilizar son: Televisión, radio, prensa, Internet, Folletos directos, vallas, publicidad personal, telemarketing etc. Según el tipo de producto y de clientes, la empresa deberá determinar la mejor combinación de estrategias de mercadeo para ser exitosa en el desarrollo de su actividad comercial”¹³.

¹³ JÁUREGUI, A. (2002, marzo 19). Elementos de la estrategia de mercadeo. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/elementos-estrategia-mercadeo/>

Durante la introducción, la estrategia comprenderá los siguientes medios y actividades:

- Distribución de volantes informativos en centros comerciales y parques
- Aviso de lanzamiento por televisión y radio
- Creación del sitio web para la academia
- Evento musical público

Durante la operación, se priorizará la actividad sobre el portal web de la academia y se aprovechará la coyuntura con las redes sociales para generar el voz a voz necesario para la consolidación de la marca.

3.8.3 Presupuesto de publicidad y promoción

3.8.3.1 De lanzamiento

Tabla 4. Presupuesto de lanzamiento

MEDIO	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	COSTO
Televisión	Transmisión de comercial informativo	\$450.000
Radio	Transmisión de cuña radial (mes)	\$650.000
Volantes	Diseño, impresión y distribución de volantes	\$200.000
Evento musical	Préstamo de sonido y logística Pago honorarios músicos	\$1.500.000
Internet	Creación de portal web	\$150.000

Cuadro 6. Análisis de medios

MEDIO	CARACTERÍSTICAS
TELEVISIÓN	Actualmente Barrancabermeja cuenta con dos canales al aire. Son: Telepetróleo y Enlace10. Para el proyecto sería una gran opción, ya que son dos canales consolidados y pueden facilitar la introducción del proyecto en el mercado objetivo. Sin embargo, tiene un alto costo pautar en ellos. Se consideraría únicamente en la fase de introducción de la academia al mercado.
RADIO	En Barrancabermeja existen varias alternativas radiales, siendo las más importantes: La Voz del Petróleo, Yariguíes Stereo y RCN. Este medio podría utilizarse como un complemento opcional en la estrategia publicitaria, pues no tuvo una buena representatividad dentro del mercado objetivo (resultados de investigación de mercados). Utilizar este medio implica la realización de cuñas muy bien elaboradas que tengan muy buena recordación.
PRENSA	El principal representante de este medio es: Vanguardia liberal. Para el proyecto no se considera una herramienta apropiada para la promoción de la academia, considerando los resultados obtenidos de la investigación de mercados.
INTERNET	Según los resultados obtenidos de la encuesta, este es uno de los medios preferidos por el mercado objetivo. De este modo se podría plantear la alternativa de diseñar un portal web, aprovechando los recursos gratuitos que se obtienen a día de hoy, como también el uso e interacción en las redes sociales. Se tendrá que diseñar una estrategia masica en este medio.
Avisos o volantes	Resulta una estrategia interesante para dar a conocer el proyecto y sobre todo para generar expectación en el mercado. En él se impulsaría a las personas a acercarse a la academia para conocer más información. Esto durante la fase de introducción.

3.8.3.2 De operación

Tabla 5. Presupuesto de medios en la operación

MEDIO	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	COSTO
Internet	Mantenimiento de portal web	\$30.000

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico corresponde al análisis detallado del proceso, tamaño y localización del proyecto. Permite describir los requerimientos de capacidad y diseño del servicio que prestará la academia musical. También, considera la disponibilidad de mano de obra necesaria para el desarrollo del proyecto.

El estudio técnico toma información de la investigación de mercados para la identificación del tamaño del proyecto, así como de las especificaciones propias del servicio.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Como se mencionó anteriormente, la principal restricción para determinar el tamaño del proyecto, no es propiamente la demanda existente (pues se comprobó que existe un alto número de demanda potencial insatisfecha), sino más bien, la capacidad o infraestructura propia con que contará la academia, que finalmente se refleja en su capacidad.

Respecto a ello, se estima la apertura hasta de 30 cursos activos semanalmente, en los cuales habría alrededor de 450 personas adscritas a algún tipo de servicio.

4.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto

- El tamaño del proyecto y la demanda: en este sentido, y al no considerarse, la demanda como una restricción, el proyecto puede ser tan grande como pequeño, dependiendo de la aspiración de mercado objetivo que se pretenda alcanzar.

- El tamaño del proyecto y los suministros e insumos, es necesario contar con un mínimo de instrumentos musicales para la formación. De acuerdo a esto, se debe contar una infraestructura que permita albergar estos instrumentos y que además cuente con disponibilidad de aulas para la formación.
- El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos. Se debe considerar el hecho de que gran parte de la población objetivo cuenta o puede contar con los instrumentos para la formación. Sin embargo, otros equipos deben ser aportados por la academia, como proyectores, equipos de computación, entre otros. Asimismo, cualquier tecnología que sea necesaria para la formación, ejemplo de ello, un software musical.
- El tamaño del proyecto y la localización. Como se dijo anteriormente, este factor (el de la ubicación), es un factor clave para determinar el tamaño de la academia, ya que la demanda no sería una restricción. Dependiendo del lugar que se posea para instalar la academia, entonces se determinará el tamaño del proyecto.
- El tamaño y el financiamiento. Es importante precisar que este factor está ligado al anterior (de ubicación). Sin embargo, independiente del lugar físico donde se instale la academia, será necesario efectuar algunas adecuaciones locativas necesarias para el proyecto, referentes principalmente a la acústica requerida para la formación.

4.1.3 Capacidad del proyecto. El estudio de mercados permitió evidenciar que existe una pequeña porción de la población objetivo que prefiere tomar clases por horas particulares en lugar de cursos. Sin embargo, para el análisis de la capacidad se tendrá en cuenta solo la formación que se brindaría en las instalaciones de la academia, para este caso, los cursos.

4.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio. Dado que se trata de un servicio (en este caso, referidos a la prestación de la formación musical), la capacidad total diseñada viene limitada por el tamaño de las instalaciones que posea la academia. Además se debe considerar que este tipo de servicios se darían dentro de una franja horaria adecuada al tipo de formación (entre las 6: 00 am y hasta las 8:00 pm con pausa de 12m a 2 pm). Inicialmente se considera que se contaría con una sola aula disponible programada durante toda su jornada para los diferentes cursos, lo cual representaría, si se considera que la duración de cada curso sea de 4 horas semanales (dentro de la franja horaria mencionada anteriormente), un total de 72 horas de formación disponibles para distribuir en 18 cursos durante una semana (de lunes a sábado).

La distribución de horas de formación, se llevaría a cabo, de acuerdo a los resultados de la investigación de mercados en los cuales, priorizando los cursos de instrumentos que tuvieron mayor predilección en el mercado objetivo, como fueron (principalmente), guitarra, piano y batería, en ese orden.

4.1.3.2. Capacidad instalada. Considerando que la formación también debe ser en horarios accesibles para los estudiantes, se prestaría el servicio en la jornada de 8 am-12 pm, y de 3 pm-7pm, de lunes a sábado. Esto permitiría un total de 48 horas de formación, a distribuirse en 12 cursos durante una semana.

Al considerar los porcentajes hallados del estudio de mercados (y haciendo un ajuste óptimo de horas), la distribución de horas sería como sigue:

Tabla 6. Capacidad Instalada para la academia musical

Total horas disponibles para la formación	Cursos guitarra (42%)	Cursos piano (29%)	Cursos batería (14%)	Otros cursos (15%)
48	20 horas	12 horas	8 horas	8 horas
12 cursos	5 cursos	3 cursos	2 cursos	2 cursos

4.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Inicialmente, la academia funcionaría de 8 am a 10 y 2 pm a 7 pm (lunes a viernes), y de 7 am a 12 pm – 3pm a 7 pm sábados), con lo cual se conformarían 44 horas semanales de formación. Considerando los valores hallados de la investigación de mercados (y haciendo un ajuste óptimo de horas), se tendría:

Tabla 7. Capacidad utilizada y proyectada para la academia

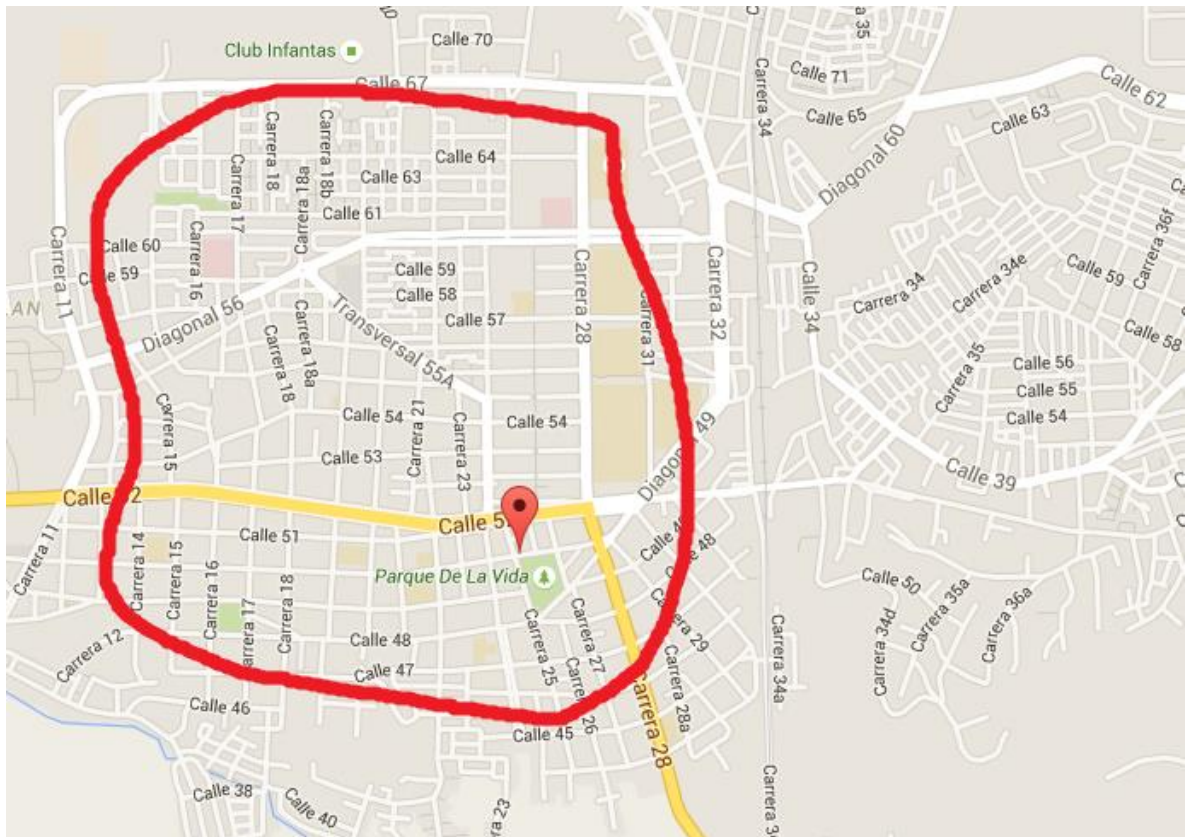
Total Horas disponibles para la formación	Cursos Guitarra (42%)	Cursos Piano (29%)	Cursos Batería (14%)	Otros cursos (15%)
44	20 horas	12 horas	8 horas	4 horas
8 cursos	5 cursos	3 cursos	2 cursos	1 cursos

4.2 LOCALIZACIÓN

Como se mencionó anteriormente, el factor de la ubicación del proyecto significa también la determinación de su capacidad para ofrecer el servicio de formación musical. A continuación se muestra el análisis realizado para su determinación.

4.2.1 Macro localización. Ya en 1.2 Contexto Geográfico, se hizo alusión a la ciudad en la cual se desarrollaría el proyecto (Barrancabermeja). Pero además de ello, se hace necesario determinar una localización macro (dentro de este municipio), que cumpla con características necesarias para la instalación de la academia musical como, disponibilidad de servicios públicos, disponibilidad de transporte público, seguridad, fácil acceso por diversas rutas, afluencia de personas, cercanía a cafeterías, papelerías y demás negocios que pudieran ser complementarios. Por tal razón, se toma como referencia el sector marcado en la figura 3.

Figura 3. Macrolocalización para la academia



Fuente: Google maps

Dicho sector cumple con las condiciones descritas y dentro de él estaría ubicada la academia musical.

4.2.2 Micro localización. La microlocalización permite identificar puntos posibles (específicos) para la ubicación de la academia. Para poder determinar estos puntos, es necesario haber delimitado un área global, y determinado unos parámetros o criterios que ayudarán a filtrar las posibles opciones, facilitando la selección final de ubicaciones a comparar entre sí.

Para el proyecto de la academia estos fueron los resultados para tres lugares identificados:

Según la Tabla 8, el lugar ubicado en la dirección Cra. 22 # 47-46, que corresponde a las instalaciones del Colegio Bautista Rayitos del Sol, sería la mejor opción, a través de un convenio con dicha institución.

Tabla 8. Microlocalización


Criterio	Peso	CRA 22 N 47-46	CLL 51 N 18-72	CLL 48 N 28- 53
Afluencia de personas	10%	2	1	3
Costo del arriendo	40%	3	2	1
Espacio para la prestación del servicio	30%	3	2	1
Condición física del lugar	20%	3	2	1
	TOTAL PUNTUACIÓN	11	7	6

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

A continuación se describen las características de cada servicio para la formación musical, que ofrecerá la academia.

4.3.1 Ficha técnica del servicio



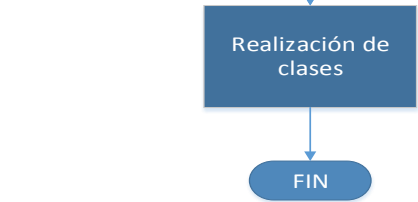

Cuadro 7. Ficha Modelo Cursos de formación

SERVICIO: Curso Anual de Aprendizaje de un Instrumento musical	
INSTRUMENTO PARA LA FORMACIÓN: Guitarra/Piano/Batería/Flauta/Violín/Saxofón/Bajo/Otro	
CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES <ul style="list-style-type: none">• El curso se desarrollará a través de la realización de clases (4 horas en total durante la semana) en la jornada y turnos asignados dentro de la programación de la academia.• El número máximo de estudiante por curso no podrá ser inferior a 10 personas, ni mayor a 15 personas.• Para la formación es necesario que el aspirante cuente con el instrumento para la formación. En caso de no tenerlo, la academia podrá ofrecerle el préstamo del instrumento con un costo adicional al valor de la formación, por concepto de alquiler de instrumento.• Cada clase, dentro de los diferentes cursos será diseñada y supervisada (en su ejecución) por un profesional en la materia.	
RESTRICCIONES <ul style="list-style-type: none">• Podrá asistir a las clases únicamente la persona que esté matriculada para tomar dicha formación, restringiendo totalmente la posibilidad de que otra persona tome la formación en su lugar• Cuando por alguna circunstancia ajena al dominio de la academia el estudiante no pudiere asistir a clases, esto no dará lugar a reembolsos de ningún tipo por parte de la academia.	

4.3.2 Descripción técnica del proceso. El proceso para la prestación del servicio de formación musical en la academia será desarrollado a través de clases, en grupos de 10 a 15 personas, quienes recibirán la instrucción acerca de un instrumento o técnica vocal con una frecuencia de 4 horas semanales, esto si se trata de cursos semestrales o anuales.

4.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Cuadro 8. Diagrama de operaciones de la academia musical

ACTIVIDAD	REGISTRO	FLUJOGRAMA
El aspirante se inscribe en alguno de los programas de formación musical de la academia	Inscripción a Curso	 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Inscripción a cursos] A --> B[Verificación de horarios] </pre>
Se verifica la asignación horaria para el curso seleccionado por el aspirante	Asignación horaria de cursos	 <pre> graph TD D{¿Aspirante tiene instrumento??} -- NO --> C[Préstamo del instrumento] </pre>
El estudiante debe garantizar que posee el instrumento para su formación (cuando aplique). Si no cuenta con él, podrá solicitar el alquiler o préstamo del instrumento a la academia	Alquiler de instrumentos	 <pre> graph TD D{¿Aspirante tiene instrumento??} -- SI --> E[Realización de clases] </pre>
Se desarrollan las clases en el día y hora señalados según la Asignación horaria de cursos	Asignación horaria de cursos	 <pre> graph TD E[Realización de clases] --> FIN([FIN]) </pre>

4.3.4 Control de calidad. Para el proyecto de la academia musical se ha considerado la implementación de principios de calidad ISO 9001, en la estandarización del servicio y de cada uno de los procesos y actividades necesarias para desarrollo de la academia musical, en su puesta en marcha. Algunos de los documentos, que a priori, se consideran esenciales son:

- Catálogo de servicios
- Protocolo del instructor para realización de clases
- Protocolo de atención al cliente
- Procedimiento PQRS
- Manuales de formación por instrumento

4.3.5 Recursos. Todo proyecto requiere recursos para su realización, y la planificación de estos determina en gran parte su éxito. A continuación se analizan los tipos de recursos requeridos para la academia musical.

4.3.5.1 Recurso humano. “Los costos de la mano de obra directa están constituidos por los salarios pagados a los trabajadores cuya actividad se relaciona directamente con la elaboración de los bienes que una empresa produce. Los costos de la mano de obra indirecta, en cambio, están constituidos por los salarios pagados a los empleados y trabajadores cuya actividad no se relaciona o no es factible asociarla con la elaboración de partidas específicas de productos”¹⁵.

Así pues, la mano de obra directa para la academia está conformada por cada instructor que imparte la formación en los cursos, mientras que la mano de obra

¹⁵ RIVADENEIRA, U., M. la elaboración de presupuestos en empresas manufactureras. 2.5 El Presupuesto de Mano de Obra Directa. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1376/presupuesto-mano-obra.html>

indirecta, se compondrá por el personal administrativo que apoya la gestión de la academia desde diferentes procesos.

Cuadro 9. Personal requerido para la academia musical

MANO DE OBRA DIRECTA	Coordinador Académico
	Instructor I
	Instructor II
MANO DE OBRA INDIRECTA	Director Administrativo
	Auxiliar Administrativo
	Auxiliar de Servicios Generales

4.3.5.2 Recurso físico. Para la academia (aparte del mobiliario tradicional) será importante contar con un stock de instrumentos, que esté disponible para el uso por parte de los instructores y estudiantes (si es el caso) durante el desarrollo de la formación. Asimismo, puede ser requerido software para la formación musical.

También es importante recalcar que las condiciones ambientales para el cuidado y mantenimiento de los instrumentos puede llevar a realizar adecuaciones locativas no solo de acústica, sino también de acondicionamiento del microclima, esto es temperatura, humedad y ventilación.

4.3.5.3 Recurso de insumos. Los insumos requeridos para la academia musical son principalmente los instrumentos musicales, que en su mayor parte son adquiridos por los propios aspirantes a la formación, y no por la academia.

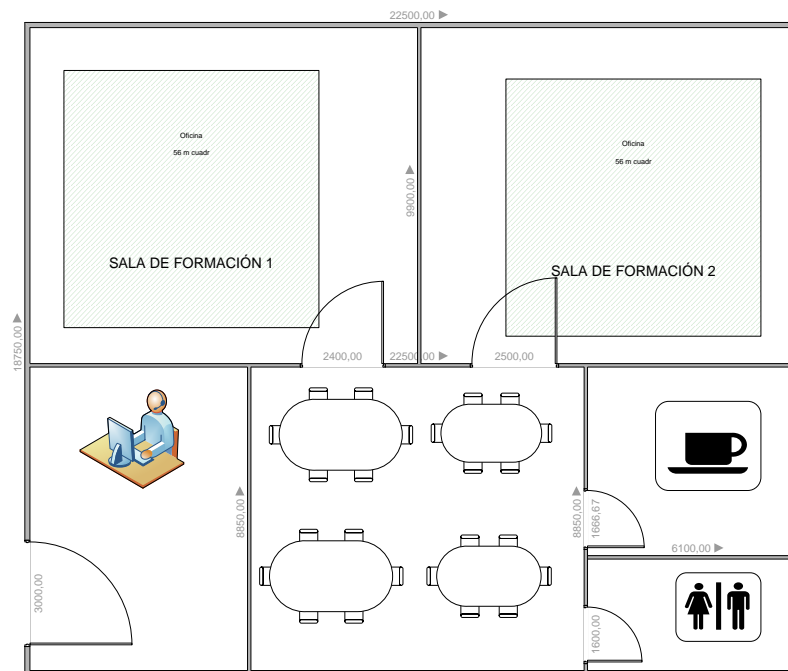
No obstante, la academia requiere abastecerse de un número mínimo de instrumentos musicales, y para ello existen un sinnúmero de proveedores, a través de plataformas virtuales (Mercadolibre, Amazon, etc.) así como también, disponibilidad

de tiendas musicales en la región (en Bucaramanga). Otro de los insumos que puede requerirse está relacionado con software para la formación.

4.3.6 Análisis de Proveedores. Dado el alza del dólar en los últimos meses, y que además el volumen de instrumentos que se pretende adquirir no es muy grande, la búsqueda de proveedores se concentró en el plano nacional, sobre la plataforma comercial de Mercadolibre¹⁶. El Cuadro 11 muestra el resumen de cotización de instrumentos para la academia.







4.3.7 Distribución de planta. La Figura 4., muestra la distribución de planta proyectada para la academia. Es importante resaltar que es mucho más conveniente un lugar de gran tamaño, a fin de facilitar la programación de cursos de formación simultáneos para diferentes instrumentos.

Figura 4. Distribución de planta de la academia musical



¹⁶ <http://www.mercadolibre.com.co/>

Cuadro 10. Precios actuales de instrumentos musicales

INSTRUMENTO	COSTO	IMAGEN
Guitarra Acústica	\$ 102.900	
Organeta Medeli M15 De 5 Octavas Con Teclas Sensitivas	\$ 389.900	
Organeta Teclado Casio Ctk 1300 Es Ctk1300	\$ 365.000	
Batería Electrónica Medeli Dd-402d Portable	\$ 1.090.000	
Batería Marca Pearl Referencia Target Series	\$ 1.450.000	
Set De Platillos Sabian Sbr 5001 13 Hi Hats 16 Crash	\$ 439.000	

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO¹⁷

Un estudio administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. Estas herramientas son los llamados manuales administrativos, entre los que se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes como:

- Manual de organización
- Manual de funciones
- Manual de Procedimientos
- Manual de administración ambiental

Las empresas que se encuentran en funcionamiento, deben iniciar un estudio administrativo con un diagnóstico administrativo, el cual dará como resultado la identificación de las necesidades en las distintas áreas que componen la empresa, es por ello que se debe contar con otros manuales como: de seguridad e higiene industrial, de mantenimiento, y otros.

Las empresas que inician operaciones deben iniciar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica.

¹⁷ http://www.actiweb.es/estudiosymas/manuales_administrativos.html. Consultado el 01 de julio de 2015.

Entre las ventajas que una organización obtiene al realizar un estudio administrativo se pueden mencionar:

- Definir instrucciones generales a seguir para una correcta administración.
- Todos los miembros de la organización trabajan para alcanzar los mismos objetivos, metas y siguiendo una sola planificación estratégica.
- Si la empresa desea obtener una certificación ISO, se facilitará realizar el orden de la información con que la empresa cuenta.

5.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Se considera conveniente para la empresa constituirse como una sociedad por acciones simplificada SAS, ya que esta modalidad permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto. Este tipo de sociedad no requiere revisor fiscal y puede ser persona natural o jurídica.

5.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

5.2.1 Visión. En 2022, la academia de música “Mi Tierra” será una institución reconocida y preferida por la comunidad en general, entidades gubernamentales y demás, caracterizadas por la calidad de su formación y equipo de trabajo.

5.2.2 Misión. La Academia musical “Mi Tierra” es una institución de tipo educativo, que ofrece el servicio de formación musical, a niños, jóvenes y adultos en la ciudad de Barrancabermeja.

5.2.3 Objetivos. Los objetivos de la academia, serían los siguientes:

- Prestar servicios de formación musical con altos estándares de calidad
- Mantener un personal competente para la ejecución de la formación
- Mantener relaciones comerciales y convenios con otras entidades
- Aumentar la venta de servicios y el valor de la organización
- Cumplir con las expectativas financieras de socios

5.2.3 Políticas

- Política de calidad Academia Musical “Mi Tierra”

Academia musical “Mi Tierra” está comprometida en ofrecer servicios de formación musical bajo altos estándares de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, en la instrucción de cursos, de aprendizaje de instrumentos musicales, técnica vocal, y manejo de software musical. Nuestro compromiso con la mejora continua, nos lleva a implantar los mejores métodos de enseñanza durante la formación, y a contar con un personal competente para su desarrollo. Asimismo, la gestión de cada proceso permitirá posicionar el nombre de la academia en el mercado, y generar rentabilidad para sus asociados.

- Política del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo

La Academia musical “Mi Tierra” es consciente que el talento humano de la organización es el activo más valioso, por lo cual, implementará las medidas de prevención y protección que garanticen condiciones de trabajo apropiadas para el cuidado y preservación de la salud de todos los colaboradores. Por ello, ha determinado realizar de forma periódica, la identificación, valoración y tratamiento de los riesgos inherentes a la actividad de formación musical, con el fin de mitigar los peligros y riesgos a los que está expuesto el personal de la organización

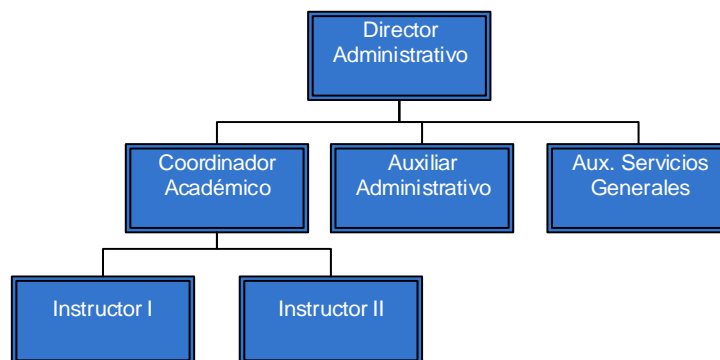
- Política ambiental

La Academia musical “Mi Tierra” velará por el uso eficiente de los recursos naturales, mediante el control y seguimiento al consumo de agua y energía eléctrica, así como también llevará a cabo estrategias para la reutilización de papel y otros insumos, con el fin de disminuir los impactos sobre el medio ambiente. Además, los residuos de partes electrónicas (pianos, pilas, etc) serán tratados adecuadamente, en su disposición final con personas naturales o jurídicas que realicen este tipo de gestión de residuos.

5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.3.1 Organigrama

Figura 5. Organigrama de la academia musical



5.3.2 Descripción y perfil de cargos. Para la definición de perfiles, y en especial, de las funciones relacionadas con el cargo, se tuvo como referencia el banco de funciones y ocupaciones del Observatorio laboral del SENA¹⁸.

Cuadro 11. Perfil del Cargo Director Administrativo

PERFIL DEL CARGO
Nombre del cargo: Director Administrativo
Objetivo del cargo: Dirigir y controlar las operaciones de la academia musical
Funciones del cargo: 01 Planear, organizar, dirigir y controlar operaciones de la academia. 02 Ejercer funciones administrativas, de seguridad, manejo financiero, provisión de recursos y administración de personal. 03 Señalar políticas relacionadas con el manejo de recursos de la academia. 04 Planear, administrar y controlar presupuestos, contratos, equipos y suministros. 05 Recomendar y establecer sistemas de seguridad, para proteger las instalaciones, los equipos, vehículos, sistemas de información y las personas. 06 Preparar informes para comités administrativos evaluando los servicios. 07 Seleccionar y entrenar al personal. 08 Coordinar políticas administrativas. 09 Vigilar y controlar gastos y asegurar el uso adecuado de recursos. 10 Hacer representación legal y de otro tipo de la academia
Formación requerida: Profesional en administración o afines
Experiencia requerida: 2 años
Competencias y habilidades: Trabajo en equipo Manejo de Office Orientación al cliente

¹⁸ <http://observatorio.sena.edu.co>

Cuadro 12. Perfil del cargo Coordinador Académico

PERFIL DEL CARGO
Nombre del cargo: Coordinador Académico
Objetivo del cargo: Coordinar las actividades relacionadas con la prestación del servicio de formación musical
Funciones del cargo: 01 Planear, organizar, dirigir y controlar, las actividades de profesores y personal de apoyo y los asuntos académicos de la academia. 02 Organizar y mantener procedimientos para la conservación de registros. 03 Garantizar la asignación de recursos necesarios para la formación. 04 Dirigir y coordinar servicios de mantenimiento del colegio y uso de instalaciones. 05 Coordinar las actividades de enseñanza de la institución como asignación de personal, tamaño de los cursos y preparación de horarios. 06 Evaluar contenidos curriculares, métodos de enseñanza y participación de la comunidad en programas de educación. 07 Desarrollar y administrar programas para la educación y entrenamiento de estudiantes y adultos. 08 Hacer recomendaciones relacionadas con el presupuesto anual de operación de la academia. 09 Dirigir o supervisar la selección, contratación, entrenamiento, evaluación y promoción de profesores.
Formación requerida: Profesional en música
Experiencia requerida: 2 años
Competencias y habilidades: Manejo de grupos Métodos de enseñanza Orientación al cliente Manejo de software musical

Cuadro 13. Perfil del cargo Auxiliar Administrativo

PERFIL DEL CARGO
Nombre del cargo: Auxiliar Administrativo
Objetivo del cargo: Apoyar las labores administrativas del Director Administrativo
Funciones del cargo: 01 Apoyar los asuntos contables y administrativos de la academia 02 Recopilar información y preparar periódicamente informes y correspondencia 03 Controlar el proceso de inscripción y matrícula de estudiantes 04 Preparar agendas de trabajo 05 Mantener archivos de control de presupuesto e inventario
Formación requerida: Técnico en administración o afines
Experiencia requerida: 1 año
Competencias y habilidades: Trabajo en equipo Manejo de Office Manejo de nómina y afiliaciones

Cuadro 14. Perfil del cargo Instructor I/Instructor II

PERFIL DEL CARGO
Nombre del cargo: Instructor I/Instructor II
Objetivo del cargo: Ejecutar la formación musical a clientes de la academia
Funciones del cargo: 01 Orientar y/o facilitar una o más materias a estudiantes 02 Preparar y conducir sesiones de aprendizaje, clases, seminarios, talleres y/o prácticas de campo. 03 Preparar materiales de apoyo para el aprendizaje y disponerlos para uso de estudiantes y otros profesores 04 Dirigir trabajos de grupo de acuerdo a objetivos de aprendizaje 05 Preparar, aplicar y calificar exámenes, e informes de prácticas
Formación requerida: Licenciado en música
Experiencia requerida: 1 año
Competencias y habilidades: Manejo de software musical Orientación al cliente Manejo de grupos

Cuadro 15. Perfil del cargo Auxiliar de Servicios generales

PERFIL DEL CARGO
Nombre del cargo: Aux. Servicios Generales
Objetivo del cargo: Mantener las instalaciones de la academia en perfecto orden y aseo
Funciones del cargo: 01 Recoger basuras y vaciar los recipientes de desperdicios 02 Lavar ventanas y paredes; limpiar y mantener vidrios y espejos 03 Limpiar y lavar puertas, muebles y enseres de la academia 04 Preparar, cocinar y servir alimentos y bebidas; lavar vajillas y utensilios de cocina. 05 Barrer, trapear, lavar, encerar, sellar y brillar pisos. 06 Desempolvar muebles y aspirar alfombras, tapetes, cortinas y tapizado de muebles. 07 Preparar los implementos de aseo requeridos en el desarrollo de sus actividades.
Formación requerida: Bachiller
Experiencia requerida: 1 año
Competencias y habilidades: Orientación al cliente Orientación al detalle

5.3.3 Asignación salarial. La Tabla 9 muestra la asignación salarial por cada cargo contemplado para la academia musical.

Tabla 9. Asignación salarial por cargos

NOMBRE DEL CARGO	SALARIO ASIGNADO
Director Administrativo	\$1.800.000
Coordinador Académico	\$ 1.500.000
Instructor I/ Instructor II	\$ 1.200.000
Auxiliar Administrativo	\$ 900.000
Auxiliar de Servicios Generales (medio tiempo)	\$ ½ SMMLV

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. INVERSIONES¹⁹

Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. Los recursos naturales no renovables, como los yacimientos mineros, están sujetos a una forma particular de depreciación denominada agotamiento, que es la gradual extinción de la riqueza por efecto de la explotación. La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.

Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de el sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones pro forma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, etc. Los precios para los edificios, obras civiles e instalaciones se pueden obtener se pueden obtener sobre la base de las cotizaciones de las Empresas constructoras.

¹⁹ Inversiones y financiamiento del proyecto. Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1QQ2-0kc4wNmZ7vpW-6BM9pkYISQ1zCL7DFSIS5mc6JU/edit?pli=1>

- Componentes de la inversión diferida

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente esta conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

Para recuperar el valor monetario de estas Inversiones se incorporan en los costos de producción el rubro denominado amortización diferida. En otras palabras la Inversión diferida que es un desembolso de la etapa Pre-Operativa, para su amortización sufre un prorrateo en varios periodos para efectos de cálculo del impuesto sobre las utilidades de las Empresas, recordemos que el tratamiento otorgado a esta Inversión es similar a la depreciación.

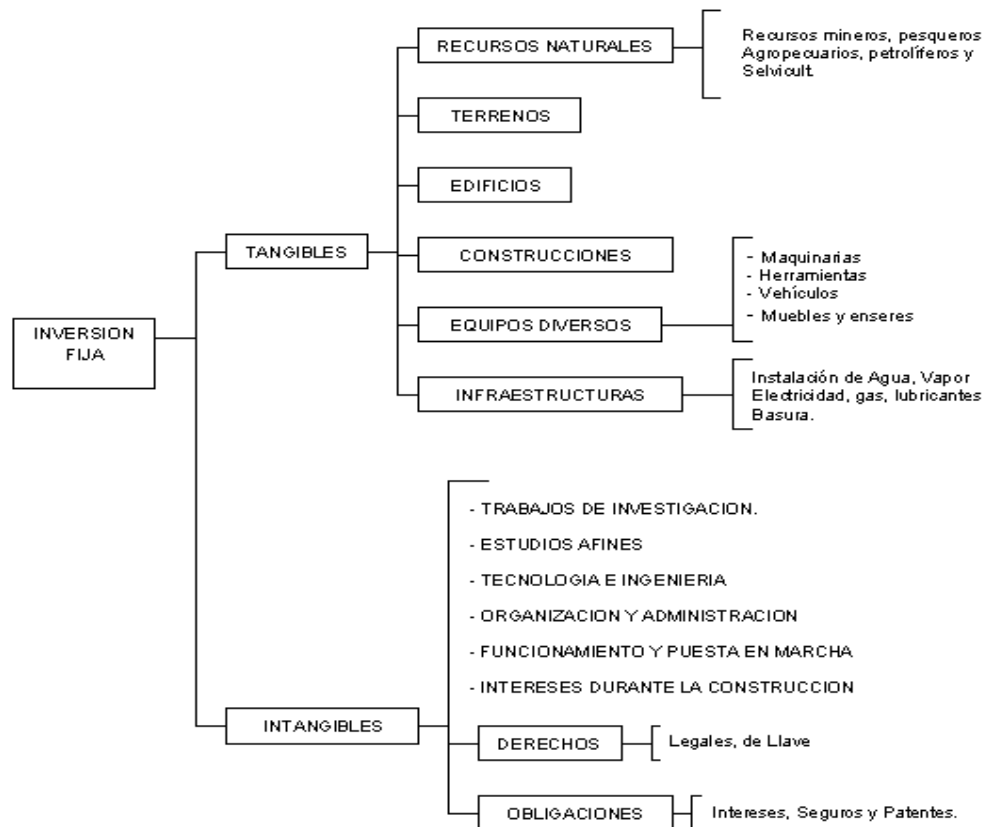
Cuando se habla de intereses de pre-operación, se refiere a los pagos que se realizan en la etapa Pre-Operativa del Proyecto y por lo general solo se halla representado por la cancelación de intereses, por cuanto al no generar ingresos en esta primera etapa se solicita un periodo de gracia a la entidad financiera para no cancelar Capital sino solo interés. Si la etapa Pre-Operativa fuese muy amplia, podría darse el caso de amortizar el Capital en algún momento.

Si el financiamiento es con capital propio, el interés no constituye un desembolso efectivo, por lo tanto no se incurre en el rubro de Inversión diferida. Los intereses cargados durante el periodo de pre-operación son parte componente de la Inversión diferida, en cambio los intereses generados después de la puesta en marcha del Proyecto, llamado periodo de funcionamiento u operación, forma parte del costo total.

6.1.1 Inversión Fija. La inversión fija de la academia musical está conformada por activos fijos y otros bienes necesarios para la prestación de la formación musical.

6.1.1.1 Terreno. Para establecer la academia musical no se consideró conveniente (en primera instancia) la adquisición de terrenos propios. Por el contrario, se analizó, la utilidad de aprovechar locaciones ya instaladas, propicias para la formación, como las instalaciones de centros educativos, u otros lugares ya adecuados, esto mediante algún tipo de convenio con la institución seleccionada.

Figura 6. Componentes de la inversión fija



Fuente: Documento tomado de Internet²⁰

²⁰ SAENZ ALVA, Richard. Estudio de Prefactibilidad para la Instalación de una Planta de Embutidos. [en línea] [citado 15 Diciembre 2015] Disponible en Internet: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/saenz_ar/cap5.pdf

6.1.1.2 Construcción. Independiente del lugar elegido para el establecimiento físico de la academia, será importante efectuar sobre él, algunas modificaciones que permitan adaptar el lugar a las exigencias técnicas que debe cumplir el edificio para el desarrollo de la formación.

Tabla 10. Adecuaciones de construcción

Descripción	Valor
Insonorización del lugar	\$ 2.000.000
Acondicionamiento del lugar	\$ 2.500.000
Total Construcción	\$ 4.500.000

6.1.1.3 Maquinaria y equipo. Este será uno de los principales componentes de la inversión fija. Hay que considerar, que la academia musical solo asumirá la compra de unos pocos instrumentos musicales, ya que este es un requisito solicitado inicialmente a los aspirantes a la formación, sin embargo, en algunos casos, se otorgará el préstamo temporal del instrumento para el aprendizaje, por tal motivo se considera como inversión fija. (Véase la Tabla 11)

6.1.1.4 Muebles y enseres. La Tabla 12 se muestra la relación de muebles y enseres considerado como necesarios para el desarrollo de las operaciones en la academia musical.

Tabla 11. Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
Guitarra Acústica	2	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00
Guitarra Eléctrica	2	\$ 350.000,00	\$ 700.000,00
Organeta	2	\$ 389.900,00	\$ 779.800,00
Batería Acústica	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Batería Electrónica	2	\$ 1.090.000,00	\$ 2.180.000,00
Bajo Eléctrico	1	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
Violín	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Cabinas de sonido	2	\$ 750.000,00	\$ 1.500.000,00
Micrófonos de voz	5	\$ 80.000,00	\$ 400.000,00
Mezclador	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Potencia de sonido	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
TOTAL			\$ 11.159.800,00

Tabla 12. Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
Sillas	20	\$ 51.000,00	\$ 1.020.000,00
Silla Gerencial	2	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00
Escritorio Grande	1	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
Escritorio sencillo	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Bibliotecas	3	\$ 160.000,00	\$ 480.000,00
Televisor	2	\$ 750.000,00	\$ 1.500.000,00
TOTAL			\$ 3.850.000,00

6.1.1.5 Equipo de oficina.

Tabla 13. Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
Teléfono	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Computador de Escritorio	2	\$ 1.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Portátil	2	\$ 1.500.000,00	\$ 3.000.000,00
Impresora	1	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
UPS	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Televisor	2	\$ 750.000,00	\$ 1.500.000,00
TOTAL			\$ 5.800.000,00

6.1.1.6 Herramientas

Tabla 14. Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
Tablero Acrílico	2	\$ 60.000,00	\$ 120.000,00
Afinador digital	2	\$ 30.000,00	\$ 60.000,00
Capodastro Guitarra	2	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00
Set púa Guitarra	2	\$ 15.000,00	\$ 30.000,00
Rack para sonido	1	\$ 85.000,00	\$ 85.000,00
Audífono	2	\$ 70.000,00	\$ 140.000,00
Caja marcador borrable X12	2	\$ 9.000,00	\$ 18.000,00
Borrador para tablero	4	\$ 12.000,00	\$ 48.000,00
Guillotina	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
TOTAL			\$ 541.000,00

6.1.1.7 Total de inversión fija. Considerando todos los ítems anteriores, la inversión fija asciende a la cifra de \$ \$25.600.800, como se observa:

Tabla 15. Total inversión fija

CONSTRUCCIÓN	\$	4.500.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$	11.159.800,00
MUEBLES Y ENSERES	\$	3.550.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$	5.850.000,00
HERRAMIENTAS	\$	541.000,00
TOTAL	\$	25.600.800,00

6.1.2 Inversión diferida

Tabla 16. Inversión diferida

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
Evento publicitario de Apertura	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Transmisión de comercial informativo	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Transmisión de cuña radial (mes)	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Diseño, impresión y distribución de volantes	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Creación de Portal web	1	150000	\$ 150.000
Trabajos de Investigación y otros estudios	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Gastos de Constitución y puesta en marcha	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Imprevistos	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
TOTAL			\$ 9.400.000

Adicionalmente, se contempla la depreciación de los activos fijos, como se muestra en la Tabla

Tabla 17. Depreciación

DESCRIPCIÓN	TOTAL	DEPRECIACIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
Construcción	\$ 4.500.000	10	\$ 37.500	\$ 450.000
Muebles y enseres	\$ 3.850.000	10	\$ 32.083	\$ 385.000
Equipos de Oficina	\$ 5.800.000	5	\$ 96.666	\$ 1.160.000
Herramientas	\$ 541.000	2	\$ 22.541	\$ 270.500
TOTAL			\$ 188.791	\$ 2.265.500

6.1.3 Inversión de capital de trabajo²¹. El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

En efecto, desde el momento que se compran insumos o se pagan sueldos, se incurren en gastos a ser cubiertos por el Capital de Trabajo en tanto no se obtenga ingresos por la venta del producto final. Entonces el Capital de Trabajo debe financiar todos aquellos requerimientos que tiene el Proyecto para producir un bien o servicio final. Entre estos requerimientos se tiene:

Materia Prima, Materiales directos e indirectos, Mano de Obra directa e indirecta, Gastos de Administración y comercialización que requieran salidas de dinero en efectivo. La Inversión en Capital de Trabajo se diferencia de la Inversión fija y diferida, porque estas últimas pueden recuperarse a través de la depreciación y amortización diferida; por el contrario, el Capital de Trabajo no puede recuperarse por estos medios dada su naturaleza de circulante; pero puede resarcirse en su totalidad a la finalización del Proyecto.

La inversión en activos fijos y diferidos se financia con créditos a mediano y/o largo plazo y no así con créditos a corto plazo, ello significaría que el Proyecto transite por serias dificultades financieras ante la cuantía de la deuda y la imposibilidad de pago a corto plazo. Pero el Capital de Trabajo se financia con créditos a corto plazo, tanto en efectivo como a través de créditos de los proveedores.

²¹ Inversiones y financiamiento del proyecto. Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1QQ2-0kc4wNmZ7vpW-6BM9pkYISQ1zCL7DFSIS5mc6JU/edit?pli=1>

La definición contable del Capital de Trabajo se entiende como la asignación de recursos Financieros para activo corriente del Proyecto. Este concepto es válido para Empresas que generan recursos a corto plazo, no tomando en cuenta la naturaleza del Financiamiento ni las fuentes de procedencia que por lo general son de larga duración.

El Capital de Trabajo en el mundo Financiero es la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes, que equivale a la suma total de los recursos Financieros que la Empresa destina en forma permanente para la mantención de existencias y de una cartera de valores para el normal funcionamiento de las operaciones de la Empresa. Esta concepción, conlleva a entender que el Capital de Trabajo genera necesidades financieras de largo plazo, es decir ser financiado con recursos permanentes provenientes de Fuente Interna o externa.

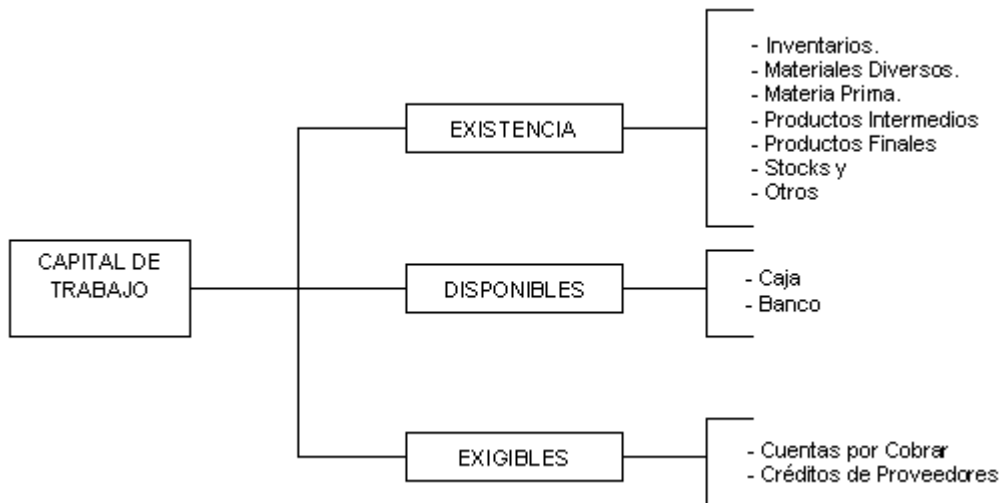
$$KT = A.C - P.C$$

El Capital de Trabajo está compuesto por tres cuentas principales como: Existencias, Exigibles y Disponibles cada uno de los cuales están compuestos por un conjunto de elementos bien definidos (ver Figura 7) .

6.1.3.1 Costos de producción. “Los costos de producción son el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se incurren para obtener un producto terminado en las condiciones necesarias para ser entregado al sector comercial”²².

²² <http://www.gerencie.com/los-costos-de-produccion.html>

Figura 7. Componentes del Capital de Trabajo



Fuente: Documento tomado de Internet²³

Los costos de producción se pueden clasificar en:

- Costos fijos (CF): se paga siempre sin importar el nivel de producción (alquiler, salarios, pago de servicios públicos, etc.)
- Costos variables (CV): varían proporcional al nivel de producción (insumos, materia prima, etc.)
- Costo Total (CT): es la suma de los costos fijos y los costos variables
- Costo marginal (CMa): es el aumento del costo total (CT) necesario para producir una unidad adicional del bien.

²³ SAENZ ALVA, Richard. Estudio de Prefactibilidad para la Instalación de una Planta de Embutidos. [en línea] [citado 15 Diciembre 2015] Disponible en Internet: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/saenz_ar/cap5.pdf

6.1.3.1.1 Materias Primas

Tabla 18. Materias primas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
Materia prima	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00

6.1.3.1.2 Mano obra directa

Tabla 19. Mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO MES	SUBTOTAL
Salario Coord. Académico	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Salario Instructores	2	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00
TOTAL			\$ 3.900.000,00

6.1.3.1.3 Costos indirectos fabricación

Tabla 20. Costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNITARIO	SUBTOTAL
Materiales directos e indirectos	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Mano de obra directa e indirecta- mes	1	\$ 3.100.000,00	\$ 3.100.000,00
Insumos	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Mantenimiento	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Depreciación	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
Otros CIF	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
		TOTAL	\$ 6.060.000,00

6.1.3.1.4 Total costos de producción del servicio. Los costos totales de producción son pues la suma de los ítems nombrados anteriormente, esto es, los costos de materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, que totalizan la suma de \$10.160.000,00.

6.1.3.2 Gastos de administración y ventas

Tabla 21. Gastos de administración y ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
Servicios Públicos	\$ 450.000,00	\$ 5.400.000,00
Arriendo	\$ 2.000.000,00	\$ 24.000.000,00

6.1.3.3 Gastos Financieros. Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas²⁵.

Para la academia no se contempla el uso de la opción de préstamo a terceros, por lo cual, no habría gasto financiero.

6.1.3.4 Total Capital de trabajo. La Tabla 22 muestra los valores necesarios del capital de trabajo para el proyecto.

6.1.4 Inversión total. Resulta de la suma de la inversión fija, la inversión diferida y el costo de capital. Para la academia musical, la inversión total requerida es de \$ \$ 45.320.880,00.

²⁵ <http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>

Tabla 22. Capital de trabajo

ÍTEM	COSTO
Materia prima	\$ 200.000,00
Mano de Obra Directa	\$ 3.900.000,00
Costos Indirecto de Fabricación	\$ 6.060.000,00
Gastos Financieros	\$ 2.560.080,00
TOTAL	\$ 12.720.080,00

Tabla 23. Inversión total

ÍTEM	COSTO
Inversión fija	\$ 25.600.800,00
Inversión diferida	\$ 9.400.000,00
Costo de capital	\$ 12.720.080,00
TOTAL	\$ 47.720.880,00

6.1.5 Fuentes de financiación. Todo el capital necesario para invertir inicialmente en el proyecto de creación de la academia musical, constituiría recursos propios de la autora del mismo. Sin embargo, se contempla acceder a recursos de apoyo al emprendedor, como:

- Fondo emprender

La primera opción de financiación para el proyecto de la academia es, la adquisición del crédito condonable a través del Fondo Emprender. Esta alternativa se fundamenta en que es una opción que permite, según el alcance de unos objetivos y metas fijados durante la etapa de planificación del proyecto, condonar al emprendedor el valor suministrado para la puesta en marcha de su proyecto.

El Fondo emprender otorga hasta 80 SMMLV, si el proyecto aprobado genera 3 empleos, y el máximo será de 180 SMMLV y debe generar 6 empleos o más. Pueden participar de estas convocatorias:

- Cualquier colombiano mayor de edad, que sea aprendiz SENA, de formación titulada con etapa lectiva culminada o graduado en los últimos 60 meses; egresado de formación para población desplazada por la violencia, con 90 horas o graduado en los últimos 5 años.
- También profesionales, tecnólogos y técnicos de un programa de educación superior con título no mayor a 60 meses. Estudiantes de pregrado cursando los dos últimos semestres o que hayan concluido materias en el último año; estudiantes de especialización, maestría y doctorado; así como egresados de estos programas, graduados en los últimos 5 años.

El fondo puede financiar hasta el 100% del valor del proyecto, siempre y cuando no se supere el tope máximo.

Préstamo bancario

En última instancia, se llegaría a solicitar crédito bancario. La autora del proyecto posee un historial crediticio que favorece la colocación de créditos en el caso que se soliciten. El monto máximo de este crédito sería de \$29.000.000.

6.2. COSTOS Y GASTOS

6.2.1. Costos y gastos fijos. Los costos fijos se muestran en la Tabla 24.

6.2.2. Costos y gastos variables. Ver Tabla 25.

Tabla 24. Costos y gastos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
Depreciación	\$ 188.791,67	\$ 2.265.500,00
Arriendo	\$ 2.000.000,00	\$ 24.000.000,00
Nómina	\$ 7.000.000,00	\$ 84.000.000,00
Diferidos	\$ 188.791,67	\$ 2.265.500,00
TOTAL	\$ 9.377.583,33	\$ 112.531.000,00

Tabla 25. Costos y gastos variables

DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
Materia Prima	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00
Mano de Obra directa	\$ 3.900.000,00	\$ 46.800.000,00
Servicios Públicos	\$ 450.000,00	\$ 5.400.000,00
TOTAL	\$ 4.550.000,00	\$ 54.600.000,00

6.2.1. Costo y gasto total unitario

Tabla 26. Costo y gasto total unitario

DESCRIPCIÓN	VALOR SEMESTRE
Costos y gastos fijos	\$ 30.465.500,00
Costos y gastos variables	\$ 20.100.000,00
Total	\$ 50.565.500,00
#Cursos disponibles	9
Estudiantes por cursos	15
Cantidad de Servicios	135
Costo Unitario del servicio	\$ 374.559,26

6.3. PRECIO DE VENTA

Precio de venta= Costo / (1 – %margen utilidad)

Tabla 27. Calculo del costo de venta

DESCRIPCIÓN CURSO	COSTO	% MARGEN UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Curso semestral	\$ 374.559,26	30%	\$ 535.084,66

6.4. PROYECCIONES FINANCIERAS

De acuerdo al estudio de mercados, se determinó que el servicio que tiene mayor acogida son los cursos anuales, por tal razón, se escoge este servicio como único para la academia.

6.4.1. Ingresos

Tabla 28. Ingresos

ÍTEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cursos Disponibles	8	9	10	11	11
# Estudiantes / curso	10	12	15	15	15
Cantidad de Servicios en un año	80	108	150	165	165
Precio Venta	\$ 1.070.169	\$ 1.070.169	\$ 1.070.169	\$ 1.070.169	\$ 1.070.169
Ingresos x Año	\$ 85.613.545	\$ 115.578.286	\$ 160.525.397	\$ 176.577.937	\$ 176.577.937

6.4.2. Egresos

Tabla 29. Egresos

ÍTEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Mano de Obra Directa	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000
Costos Indirecto de Fabricación	\$ 6.060.000	\$ 6.060.000	\$ 6.060.000	\$ 6.060.000	\$ 6.060.000
Gastos Financieros	\$ 2.746.580	0	0	0	0
TOTAL	\$ 15.106.580	\$ 12.360.000	\$ 12.360.000	\$ 12.360.000	\$ 12.360.000

6.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

6.5.1 Estado de Resultados. La Tabla 30 muestra la proyección para los primeros cinco (05) años.

6.5.2 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 30. Flujo de caja

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales	\$ 85.613.544	\$ 115.578.285	\$ 160.525.396	\$ 176.577.936	\$ 176.577.936
Egresos Operacionales	\$ 39.106.580	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000
Excedente Operacional	\$ 46.506.964	\$ 79.218.285	\$ 124.165.396	\$ 140.217.936	\$ 140.217.936

Tabla 31. Estado de resultados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 85.613.544	\$ 115.578.285	\$ 160.525.396	\$ 176.577.936	\$ 176.577.936
Costo de Ventas	\$ 39.106.580	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000
Utilidad bruta	\$ 46.506.964	\$ 79.218.285	\$ 124.165.396	\$ 140.217.936	\$ 140.217.936
Gastos de Administración	\$ 39.106.580	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000	\$ 36.360.000
Depreciación	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500
Diferidos	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500	\$ 2.265.500
Utilidad antes de impuestos	\$ 2.869.384	\$ 38.327.285	\$ 83.274.396	\$ 99.326.936	\$ 99.326.936
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%
Utilidad neta	\$ 946.897	\$ 12.648.004	\$ 27.480.550	\$ 32.777.889	\$ 32.777.889

6.5.3 Balance General inicial y proyectado

Tabla 32. Balance general

ACTIVO	\$ 47.970.880,00
Caja	
Bancos	\$ 47.970.880,00
Aportes socios	\$ 47.970.880,00
Capital de trabajo	\$ 12.720.080,00
Activos fijos	\$ 25.850.800,00
Muebles y enseres	\$ 3.850.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 11.159.800,00
Equipos de oficina	\$ 5.800.000,00
Herramientas	\$ 541.000,00
Construcciones	\$ 4.500.000
Inversión diferida	\$ 9.400.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 47.970.880,00
PASIVO	\$ -
obligaciones Financieras	
Aportes socios	\$ 28.720.880,00
Patrimonio	\$ 28.720.880,00
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 28.720.880,00

7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

7.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Este proyecto que contempla la posibilidad de la creación de una academia musical en la ciudad de Barrancabermeja, incluye aspectos de responsabilidad social empresarial muy importantes a destacar. Uno de los primeros pasos para la implementación de la RSE en una empresa, es poder identificar a sus “stakeholders” o partes interesadas (gobierno, clientes, empleados, comunidad, etc.), conocer sus necesidades y expectativas y generar respuestas que satisfagan tales necesidades. En tal sentido, la academia musical “Mi Tierra” ofrecería (hablando de sus clientes) inclusión en la formación, que como ya se expuso anteriormente, este tipo de servicio está más enfocado a niños y jóvenes, dejando de lado a personas adultas.

A los empleados, brindaría la posibilidad de tener un empleo formal estable, y en especial, para los licenciados en música, quienes a decir verdad, poseen una oferta o espectro limitado de campo laboral.

La comunidad se vería beneficiada con la participación y oportunidad de presenciar grandes eventos musicales ofrecidos por la academia.

Los padres de los niños, quienes se formen en la academia musical, gozarían de los beneficios de realización y crecimiento personal asociados a la formación musical, que tendrían sus hijos.

En fin, existen muchos aspectos que hacen que este proyecto tenga un impacto muy positivo en la comunidad y el ambiente social de la ciudad.

7.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

7.2.1 Matriz de evaluación de impactos. Para la identificación, análisis, evaluación y valoración de los aspectos e impactos ambientales generados por la academia musical, se tuvo en cuenta la metodología diseñada por Vicente Conesa, en la cual:

1. Se determinan todas las actividades de operación y/ emergencia posibles
2. Se identifica la frecuencia de realización de estas actividades
3. Se describe el aspecto e impacto ambiental (positivo o negativo)
4. Se evalúa (escala de 1-10), probabilidad, duración, magnitud, área de influencia, recuperabilidad, e importancia del impacto ambiental.
5. Se valora. Si es superior a 30 es “significativo”, de lo contrario es “no significativo”.
6. Se establecen controles priorizando los impactos significativos.

La matriz ambiental para el proyecto se muestra en el Cuadro 17.

7.2.2 Plan de mitigación. De acuerdo a 6.2.1 (Matriz ambiental), la Academia Musical “Mi Tierra” posee un bajo impacto ambiental, puesto que la actividad desarrollada es una prestación de servicio y no producción de bienes. Sin embargo, se han identificado los principales aspectos ambientales, es decir, la forma como se relacionan las actividades de la academia con el medio ambiente, encontrando que no existe un impacto significativo.

Cuadro 16. Matriz de aspectos e impactos ambientales

ACTIVIDAD/ EMERGENCIA	TIPO DE ACTIVIDAD			DESCRIPCIÓN DEL ASPECTO	DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO	SIGNO		EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES						VALORACIÓN IMPACTO	SIGNIFICANCIA	MEDIDAS DE CONTROL A IMPLEMENTAR	
	RUTINARIO	NO RUTINARIO	EMERGENCIA			+	-	Probabilidad	Duración	Magnitud	Área de influencia	Recuperabilidad	Importancia				
Uso de equipos de cómputo, impresión y aparatos electrónicos	x			Reutilización de papel	Disminución de la contaminación del suelo	x		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	NO SIGNIFICATIVO	--	
				Reutilización de cartuchos de tinta	Disminución de la Contaminación del suelo	x		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	NO SIGNIFICATIVO	--
				Consumo de energía eléctrica	Agotamiento de las fuentes hídricas		x	1	1	1	1	5	1	10	NO SIGNIFICATIVO	Política de ahorro de energía	
Limpieza de oficina	X			Consumo de agua	Agotamiento de las fuentes hídricas		x	1	1	1	1	5	1	10	NO SIGNIFICATIVO	Política de ahorro de energía	
				Consumo de energía	Agotamiento de las fuentes de energía		x	1	1	1	1	5	1	10	NO SIGNIFICATIVO	Política de ahorro de energía	
				Vertimiento de aguas residuales domesticas	Contaminación del recurso agua		x	1	1	1	1	1	1	6	NO SIGNIFICATIVO	--	
Incendio			X	Generación de gases contaminantes	Contaminación del aire		x	1	1	1	1	10	1	15	NO SIGNIFICATIVO	Mantener extintores disponibles	
Entregar aparatos electrónicos obsoletos a comercializadores o fabricante			X	Prevención de la generación de residuos de partes electrónicas	Disminución de la contaminación del suelo	x		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	NO SIGNIFICATIVO	--	
Uso de sanitario	X			Consumo de recursos hídricos	Agotamiento de recursos hídricos		x	1	1	1	1	5	1	10	NO SIGNIFICATIVO	Política de ahorro de energía	
Uso de bombillos ahorradores	X			Ahorro de energía eléctrica	Disminución del consumo de las fuentes de energía	x		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	NO SIGNIFICATIVO	--	

Adicionalmente, se establecieron medidas de acción a implementar en algunas de las actividades que garantizan que estas continuarán bajo control durante la puesta en marcha del proyecto.

7.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para los cálculos financieros se tuvo en cuenta los siguientes parámetros:

- TES 7,12%²⁶
- TR 4,80%²⁷

Respecto a la tasa de riesgo, dada la dificultad que se evidenció en su búsqueda (pues no existe un valor estandarizado en las fuentes confiables de información, esto es, en el Banco de la Republica) se decidió asociar tal valor con la tasa interbancaria TIB.

“La TIB (Tasa interbancaria a un día) hace referencia a una tasa de interés a la cual los intermediarios financieros¹ se prestan fondos entre sí por un día (préstamos overnight). El plazo efectivo de los préstamos es de un día pero puede variar si el préstamo se hace en fines de semana o si existen días festivos. Los préstamos entre las entidades son no colateralizados² por lo que la tasa refleja el riesgo crediticio asociado con las contrapartes involucradas en las operaciones. Adicionalmente, el nivel de la tasa refleja las condiciones de liquidez en el mercado monetario local. La TIB es calculada por el Banco de la República como el promedio ponderado por monto de estos préstamos interbancarios”²⁸.

²⁶ BANCO DE LA REPÚBLICA. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/tes>

²⁷ <http://www.banrep.gov.co/es/tib>

²⁸ BANCO DE LA REPUBLICA. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/tib>

La fórmula de cálculo de la tasa de oportunidad TO es:

$$TO = ((1+ TES) (1+TR))^{-1} \times 100$$

Considerando los valores de TES y TR, la tasa de oportunidad TO tendría un valor de 7.46%.

7.4.1 Valor Presente Neto. Considerando los valores hallados del flujo de caja, y aplicando la fórmula:

$$VPN = \sum (X)(1+i)^{-t}, \text{ donde:}$$

X: es la diferencia entre los cobros (ingresos) y pagos (egresos) de cada año

i: es el valor de la tasa de oportunidad

t: es el valor del año que se analiza (t=1, 2, 3, 4, 5)

se tiene que el Valor Presente Neto (VPN) del proyecto sería de \$ 122.542.088,79, que al ser considerado contra la inversión inicial, resulta en un aumento del valor, por lo que se considera muy favorable, con un saldo de \$ 74.821.208,79.

7.4.2 Tasa Interna Retorno TIR. Para el cálculo de la TIR se registraron los valores de cobros y pagos para cada año (1 a 5), y se tuvo en cuenta la inversión inicial de proyecto. Luego de registrar estos datos sobre una plantilla disponible en Internet, denominada como Calculadora TIR²⁹, se obtuvo que ésta es de 31,67%.

7.4.3. Período de recuperación. El periodo de recuperación para el proyecto sería de poco más de un año, ya que al término del segundo se obtendrían los primeros beneficios económicos sobre la inversión inicial. Como se muestra en el cuadro

²⁹ Calculadoras. Herramientas y calculadoras para hacer más sencilla tu vida. Disponible en: <http://es.calcuworld.com/calculadoras-empresariales/calculadora-tir/>

Figura 8. Simulación de flujos de caja

AÑO	COBROS	PAGOS	FLUJOS DE CAJA
0			-47.720,00
1	85.613,0	109.185,0	-23.572,00
2	115.578,0	109.185,0	6.393,00
3	160.525,0	109.185,0	51.340,00
4	176.577,0	109.185,0	67.392,00
5	176.577,0	109.185,0	67.392,00

Fuente: <http://es.calcuworld.com/calculadoras-empresariales/calculadora-tir/>

7.4.4. Análisis de las Razones Financieras. Debido a la naturaleza del proyecto (prestación de servicios y no producción de bienes) se tomó en cuenta el siguiente indicador financiero:

- Margen bruto de utilidades

Es la medida financiera que evalúa la salud financiera de la empresa. Indica el porcentaje de los fondos restantes después de la asignación del costo de los productos vendidos. Cuanto mayor de este porcentaje, habrá mucho más dinero para reinvertir.

Margen bruto de utilidades: $MB = \text{Ventas} - \text{Costo de lo Vendido} / \text{Ventas}$

Año 1: -28%

Año 2: 6%

Año 3: 32%

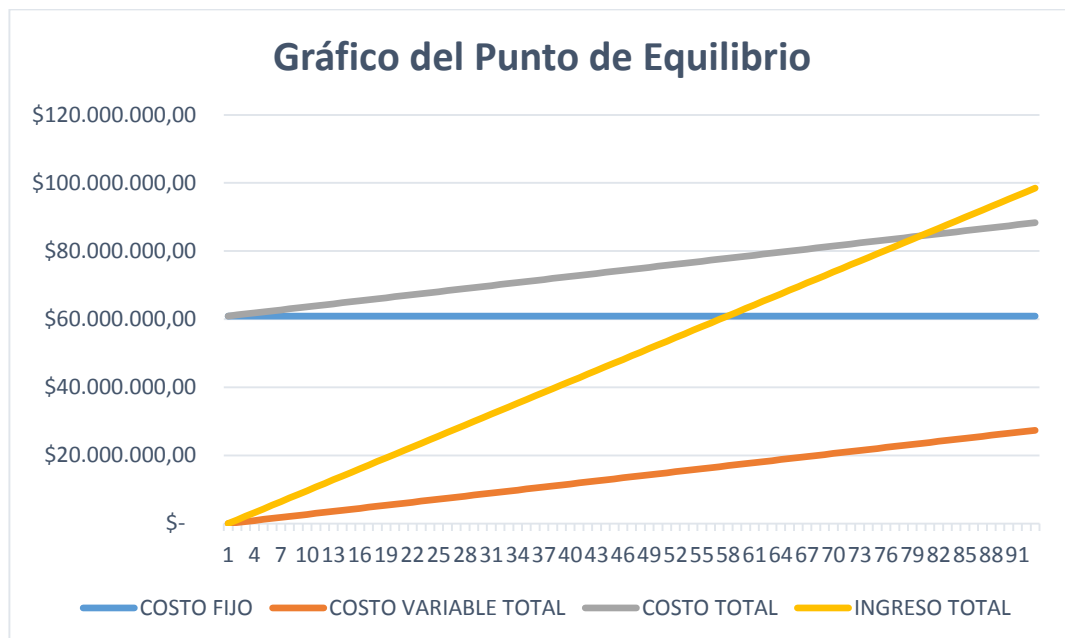
Año 4: 38%

Año 5: 38%

7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

“El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales”³⁰.

Para que se alcance el punto de equilibrio en el proyecto de la academia, se tendrían que vender durante un solo año, al menos 79 servicios, que equivaldrían a un coste total de \$ 84.455.444,00. De acuerdo a la proyección de ventas, en todos los años se alcanzaría el punto de equilibrio (incluso en el primer año se supera por una unidad).



³⁰ VÁQUIRO, J., C. Punto de Equilibrio. 2006. Recuperado de:
<http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

8. CONCLUSIONES

Se realizó un estudio de mercados evaluando las características más importantes en cuanto a producto, precio, plaza y promoción, relacionados con el montaje de una academia musical, que permitieron determinar la viabilidad de este proyecto de emprendimiento. Para ello:

- Se definieron elementos clave para cada servicio de enseñanza musical
- Se cuantificó la demanda de servicios y la oferta existente
- Se identificaron las formas de comercialización más efectivas para este tipo de servicio
- Se realizó análisis de precios y se determinó un valor del servicio acorde la mercado
- Se establecieron las fuentes de publicidad y promoción más adecuadas al tipo de negocio.

Dados los resultados en cada uno de los estudios, en especial, el financiero, se puede concluir acerca del proyecto “Factibilidad para la creación de una Academia musical “Mi Tierra” en la ciudad de Barrancabermeja es viable, ya que genera valor para sus inversionistas e impacta positivamente la ciudad, ofreciendo un tipo de actividad cultural y educativa que permite un mejor desarrollo y realización de las personas quienes practican la música.

9. RECOMENDACIONES

Sería muy oportuno para los emprendedores que asumirán la ejecución de este proyecto, la consolidación de acuerdos con instituciones educativas privadas durante el primer año de funcionamiento de la academia, facilitando su posicionamiento en el mercado.

La realización e institucionalización de un evento propio de la academia musical permitirá darla a conocer y generar mayor credibilidad en la comunidad. Sería un gran estrategia de mercadeo para asentar el proyecto.

Es importante evaluar la posibilidad de servir de intermediario en la adquisición de instrumentos musicales para los aspirantes. Esta actividad permitiría alcanzar márgenes de rentabilidad mayores, adicionales a los ingresos por la prestación del servicio musical.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Plan de Desarrollo Municipio Barrancabermeja 2012-2015 . Barrancabermeja, Alcaldía, 2012.

BURGESS. (2011, Septiembre 19). Música es clave en la educación de los niños y jóvenes. EL TIEMPO. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10380484>.

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO CER. Encuesta a hogares urbano – rural. 2013 [En línea]. Consultado el 24 Noviembre 2015. Disponible en: <https://docs.google.com/file/d/0B4jsadSteCMhMHozRTRIODdaYkU/edit>

DUFFUS MIRANDA, Dayana. Aspectos a considerar en un análisis de factibilidad. 2007. [en línea]. Consultado el 24 Noviembre 2015. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/aspectos-a-considerar-en-una-analisis-de-factibilidad-financiera.htm>

EL COLOMBIANO. Diez años del Plan Nacional de Música para la Convivencia. Colprensa | Publicado el 17 de diciembre de 2013. [En línea]. Citado el 24 Noviembre 2015. Disponible en: http://www.elcolombiano.com/diez_anos_del_plan_nacional_de_musica_para_la_convivencia-PAEC_274478

FUNDACION NACIONAL BATUTA. Comunicados de Prensa. 20 años de Batuta en Barrancabermeja. [En línea] Batuta [Bogotá-Colombia] Fundación Nacional

Batuta, 2007. [Citado: 3 Julio 2015] Disponible en Internet: <http://www.fundacionbatuta.org/seccion/comunicados-de-prensa>

JÁUREGUI, A. (2002, marzo 19). Elementos de la estrategia de mercadeo. [En línea]. Citado el 4 octubre de 2015. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/elementos-estrategia-mercadeo/>

MARQUEZ, Ali S. En Barrancabermeja trabajan en ocho macroproyectos. El Tiempo. En: Temas del día. Bucaramanga. 28, mayo, 2014. [En línea]. Citado el 3 de julio 2015. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/macroproyectos-en-barrancabermeja-/14047140>

MINCULTURA. Módulo de Registro y Caracterización. Escuelas y Procesos de formación musical. Consultado el 10 julio de 2015. Disponible en: <http://www.sinic.gov.co/EscuelasMusica/consulta.aspx>

MORA, Jorge Andrés. CABALLERO, Edgar. CREACION DE LA BANDA MUSICAL INFANTIL EN LA CONCENTRACION ESCOLAR LA FLORA DEL BARRIO ALBANIA MUNICIPIO DE BUCARAMANGA (SANTANDER) MONOGRAFIA PROYECTO DE BANDAS INFANTILES CONVENIO UIS ALCALDIA BUCARAMANGA. 2004. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga.

NEUMAN KOVENSKY, Víctor. La formación del profesorado y los conciertos didácticos. Revista de currículum y formación del profesorado, 8 (1), 2004. Granada. España. Disponible en: <http://www.ugr.es/~recfpro/rev81ART6.pdf>.

RESTREPO, Juan Luis. Educación musical en Colombia: ¿pirámide invertida? Nuevas Tendencias. 2004. Revista Semana. Disponible en: <http://www.semana.com/especiales/articulo/educacion-musical-colombia-piramide-invertida/67839-3>.

RIVADENEIRA, U., M. la elaboración de presupuestos en empresas manufactureras. 2.5 El Presupuesto de Mano de Obra Directa. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1376/presupuesto-mano-obra.html>

VALENCIA RINCÓN, Victoriano. Bandas de música en Colombia: la creación musical en la perspectiva educativa. Abril de 2011 / Revista Acontratiempo / N° 16. Disponible en: <http://acontratiempo.bibliotecanacional.gov.co/ediciones/revista-16/articulos/bandas-de-msica-en-colombia-la-creacin-musical-en-la-perspectiva-educativa.html>.

VÁQUIRO, J., C. Punto de Equilibrio. 2006. Recuperado de: <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

WIKIPEDIA. Barrancabermeja. Cultural. 2011. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Barrancabermeja>)

“Datos generales de Barrancabermeja”. [Web]: http://www.barrancabermeja-santander.gov.co/alcaldia/index.php?option=com_content&view=article&id=448&Itemid=688

“Pedagogía Musical” [web].<https://sites.google.com/site/pedagogiamusi/educacion-musical>.

Plan Nacional de Música para la Convivencia. [Web]

BANCO DE LA REPÚBLICA.

<http://www.banrep.gov.co/es/tes>

<http://www.banrep.gov.co/es/tib>

<http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>

GERENCIE.COM

<http://www.gerencie.com/los-costos-de-produccion.html>

“Inversiones y financiamiento del proyecto”. [web]

<https://docs.google.com/document/d/1QQ2-0kc4wNmZ7vpW-6BM9pkYISQ1zCL7DFS15Smc6JU/edit?pli=1>

WIKIPEDIA. Barrancabermeja. Cultural. 2011.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Barrancabermeja>)

OTRAS PAGINAS WEB

<http://observatorio.sena.edu.co>

http://www.actiweb.es/estudiosymas/manuales_administrativos.html

<http://www.mercadolibre.com.co/>

ANEXOS

Anexo 1. Encuestas

INSTRUCCIONES: Gracias por su participación. A continuación se presentarán 8 cuestiones relacionadas con formación musical. Por favor seleccione una opción (1) para cada cuestión **marcando con una X**. **PADRES**

1. ¿Está interesado en que su hijo aprenda música?

- a) Sí, aprendiendo un instrumento
- b) Sí, aprendiendo canto
- c) Sí, con las dos opciones anteriores
- d) No, ahora no estoy interesado

IMPORTANTE: Si respondió **a** ó **c** continúe con la **pregunta #2**. Si respondió **b** continúe a partir de la **pregunta #4**. Si respondió **d**, por favor entregue la encuesta y **NO continúe** con las demás preguntas.

2. ¿Qué instrumento desea aprender su hijo(a)? **Recuerde seleccionar una (1) sola opción**

- a) Piano
- b) Guitarra
- c) Batería
- d) Flauta
- e) Violín
- f) Saxofón
- g) Bajo
- h) Otro, ¿cuál? _____

3. Acerca del instrumento que su hijo desea aprender

- a) Lo tiene
- b) No lo tiene pero lo puedo comprar
- c) No lo tiene y no lo puedo comprar

4. ¿Cómo le gustaría que su hijo aprendiera?

- a) Pagando un curso

b) Pagando horas particulares

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría que su hijo dedicara al aprendizaje musical?

a) Un solo mes en el año

b) Tres meses en el año

c) Seis meses en el año

d) Todo el año

6. ¿En qué jornada le gustaría que su hijo reciba la formación musical?

a) Algunas horas en la mañana entre lunes y viernes

b) Algunas horas en la tarde entre lunes a viernes

c) Algunas horas en la mañana el sábado

d) Algunas horas en la tarde el sábado

7. Señale los recursos que estaría dispuesto a invertir en la formación musical de su hijo, durante un mes.

a) Menos de \$50.000

b) Entre \$50.000 y \$99.999

c) Entre \$100.000 y \$149.999

d) Más de \$150 mil

8. ¿Qué medio utiliza cuando desea buscar centros de formación musical? **Recuerde seleccionar una (1) sola opción**

a) Internet

b) Televisión

c) Prensa

d) Recomendaciones de amigos o familiares

e) Radio

f) Otro. ¿Cuál? _____

INSTRUCCIONES: Gracias por su participación. A continuación se presentarán 8 cuestiones relacionadas con formación musical. Por favor seleccione una opción (1) para cada cuestión **marcando con una X.** **JOV/ADU**

2. ¿Está interesado en aprender música?
- a) Sí, aprendiendo un instrumento
 - b) Sí, aprendiendo canto
 - c) Sí, con las dos opciones anteriores
 - d) No, ahora no estoy interesado

IMPORTANTE: Si respondió **a** ó **c** continúe con la **pregunta #2**. Si respondió **b** continúe a partir de la **pregunta #4**. Si respondió **d**, por favor entregue la encuesta y **NO continúe** con las demás preguntas.

2. ¿Qué instrumento desea aprender? **Recuerde seleccionar una (1) sola opción**

- a) Piano
- b) Guitarra
- c) Batería
- d) Flauta
- e) Violín
- f) Saxofón
- g) Bajo
- h) Otro, ¿cuál? _____

3. Acerca del instrumento que desea aprender

- a) Lo tiene
- b) No lo tiene pero lo puedo comprar
- c) No lo tiene y no lo puedo comprar

4. ¿Cómo le gustaría aprender?

- a) Pagando un curso
- b) Pagando horas particulares

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría dedicar al aprendizaje musical?

- a) Un solo mes en el año
- b) Tres meses en el año
- c) Seis meses en el año

d) Todo el año

6. ¿En qué jornada le gustaría recibir la formación musical?

a) Algunas horas en la mañana entre lunes y viernes

b) Algunas horas en la tarde entre lunes a viernes

c) Algunas horas en la mañana el sábado

d) Algunas horas en la tarde el sábado

7. Señale los recursos que estaría dispuesto a invertir en su formación musical, durante un mes.

a) Menos de \$50.000

b) Entre \$50.000 y \$99.999

c) Entre \$100.000 y \$149.999

d) Más de \$150 mil

8. ¿Qué medio utiliza cuando desea buscar centros de formación musical? **Recuerde seleccionar una (1) sola opción**

a) Internet

b) Televisión

c) Prensa

d) Recomendaciones de amigos o familiares

e) Radio

f) Otro. ¿Cuál? _____

Anexo 2. Evidencia asesorías

FORMATO DE SEGUIMIENTO DE LAS ASESORÍAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO DE GRADO INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA GESTIÓN EMPRESARIAL

Título del trabajo: Academia de Musica Mi Tierra

Autor 1: Caida Maria Saavedra A Teléfono: _____
 Correo Electrónico: pasarayda@yahoo.es Celular: 3118147928



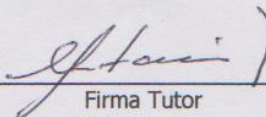
Autor 2: _____ Teléfono: _____
 Correo Electrónico: _____ Celular: _____

Tutor: Cesar Manuel Portales S Teléfono: _____
 Correo Electrónico: _____ Celular: 208160355

ASESORÍA 1

Fecha: 15-8-2015 Lugar: UII Hora inicio: 1-2 Hora fin: 2pm



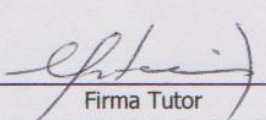
Observaciones: Se reviso proyecto, con contenido aspecto generales

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	--

ASESORÍA 2

Fecha: 22-8-2015 Lugar: _____ Hora inicio: 3 pm Hora fin: 4 pm

Observaciones: Revisión de Estudio de Mercados Objetivos General y Especificos

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	--

ASESORÍA 3

Fecha: 29-8-2015 Lugar: Oficina Hora inicio: 1pm Hora fin: 2pm

Observaciones: Revisión Mercado potencial Analisis y ficha Técnica

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	--

ASESORÍA 4

Fecha: 5-9-2015 Lugar: UCA Hora inicio: 5pm Hora fin: 6pm

Observaciones: Analisis de la Competencia y Canales de Comercialización del producto

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	--